WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN

WIRTSCHAFTS UNIVERSITÄT WIEN VIENNA UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

EFMD EQUIS ACCREDITED

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit:
Aktuelles Verbraucherdenken in Österreich
- eine empirische Pilotstudie im Rahmen der Repräsentativstudie "Konsumenten 2012" der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien

Verfasserin/Verfasser:
Andreas Miksik

Matrikel-Nr.:
0550923

Studienrichtung:
J151 Betriebswirtschaft 2002

Beurteilerin/Beurteiler:
a.o.Univ.Prof.Ing.Dr. Karl Kollmann

Ich versichere, dass:

ich die Diplomarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

ich dieses Diplomarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland (einer Beurteilerin/einem Beurteiler zur Begutachtung) in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

diese Arbeit mit der vom Begutachter/von der Begutachterin beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Datum

Unterschrift

INHALT

1. EINLEITUNG 1

1.1 Problemstellung, Forschungsfragen und Erkenntnisinteresse 1
1.2 Methode und Aufbau der Arbeit 2

2. THEORETISCHE GRUNDLAGEN 4

2.1 Konsumtheoretische Grundlagen 4
2.1.1 Der Konsument als Untersuchungsobjekt 5
2.1.2 Informationsbeschaffung und Kaufentscheidung 7
2.1.2.1 Entscheidungsrisiken 9
2.1.3 Umweltbewusstsein, Nachhaltigkeit und Suffizienz im konsumtiven Bereich 10
2.1.4 Zielgerichtete Beeinflussung des Verbraucherdenkens und -verhaltens 12
2.1.5 Verbraucherpolitik 14
2.1.6 Kompensatorisches Verhalten und Kaufsucht 15
2.1.7 Zur Rolle des Sozialkapitals 17
2.2 Empirische Sozialforschung: theoretische Grundlagen 19
2.2.1 Erfassungsinstrumente für die Datenerhebung 20
2.2.1.1 Beobachtung 20
2.2.1.2 Experiment 21
2.2.1.3 Befragung 21
2.2.1.4 Inhaltsanalyse 23
2.2.2 Qualitativ versus Quantitativ – Die Methodentriangulation als Lösungsansatz 24
2.2.3 Vorgehensweise bei der Datenerhebung und -auswertung 25
2.2.3.1 Erstellung eines Interview-Leitfadens 26
2.2.3.2 Durchführung des Leitfadeninterviews 26
2.2.3.3 Auswertung der Leitfadeninterviews 27
2.2.3.4 Der standardisierte Fragebogen 28

3. ALLGEMEINE DATEN UND FAKTEN ZUR STUDIE 30

3.1 Soziodemographische Fakten zur Stichprobe 30
3.1.1 Geschlechterverteilung 30
3.1.2 Altersverteilung 31
3.1.3 Haushaltsgrößen 32
3.1.4 Wohngegenden 33
3.1.5 Haushaltseinkommen 33
3.1.6 Bildungshintergrund 34
3.2 Finanzielle Ausgangslage für den Konsum von Privathaushalten 35
3.3 Stichproben-Übersicht 37
3.4 Anmerkungen und Details zur Erhebung und Auswertung 39

4. ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN ERHEBUNG 41

4.1 Einkäufe des täglichen Bedarfs 41
4.1.1 Warenangebot 46
4.1.2 Produktinformation und -kennzeichnung 52
4.1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen 56
4.2 Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen 62
4.2.1 Kaufentscheidung, Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf 67
4.2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen 75
4.3 Beschaffungen per Internet 80
4.4 Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern 86
4.5 Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz 101
4.6 Wahrnehmung von Werbung 111
4.7 Wertorientierung und soziales Kapital 119
4.8 Konsummöglichkeiten, Konsumwünsche und Kaufsucht 123
4.9 Spezielle Verbraucherprobleme 129
4.10 Wohnsituation 136
4.11 Haltung gegenüber der Europäischen Union 143
4.11.1 Erfahrungen mit dem Euro 148
4.12 Umweltschutz und nachhaltiger Konsum 152

5. ANALYSE, VERGLEICHE UND INTERPRETATION DER ERGEBNISSE 161

5.1 Einkäufe des täglichen Bedarfs 161
5.1.1 Allgemeine Probleme, Hürden und Empfindungen 161
5.1.2 Gewährleistung der Grundversorgung in der Wohngegend 163
5.1.3 Warenangebot und Produktauswahlmöglichkeiten 165
5.1.4 Warenkennzeichnung und Produktinformationen 169
5.1.5 Wahrnehmung und Akzeptanz von Gütezeichen 172
5.2 Verbraucherprobleme bei größeren Anschaffungen 174
5.2.1 Empfindung beim Beschaffungsvorgang 175
5.2.2 Informationsbeschaffung vor dem Kauf 176
5.2.3 Beschaffungsvorgänge per Internet 180
5.2.4 Bedienung von Geräten und Nutzung von Zusatzfunktionen 183
5.2.5 Erfahrungen mit Bedienungsanleitungen 184
5.2.6 Haltbarkeit, Lebensdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern 185
5.3 Einstellungen zur Werbung und Beeinflussung durch Werbestrategien 187
5.4 Verbraucherbildung und Bedeutung des Konsumentenschutzes 192
5.4.1 Exkurs: Wahrgenommene Leistungsmängel und Beschwerdeverhalten 197
5.5 Wertorientierung und soziales Kapital 199
5.6 Kaufkraft, Kaufsucht, Konsumdruck und Zufriedenheit 201
5.7 Umweltschutz, Suffizienz und nachhaltiger Konsum 205
5.8 Die Europäische Union und ihre Bürger 210
5.8.1 Erfahrungen der Konsumenten mit dem Euro 213

6. ZUSAMMENFASSUNG 216

6.1 Ausblick und Handlungsempfehlungen 221

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Gemütszustände bei den Besorgungen des täglichen Bedarfs 42

Abb. 2: Verwendung von Einkaufslisten 43

Abb. 3: Überforderung bei der Produktauswahl 52

Abb. 4: Beachtung von Gütezeichen durch andere Konsumenten 58

Abb. 5: Erfahrungen der Interviewteilnehmer mit Bestellungs- und Zahlungsvorgängen im Internet 80

Abb. 6: Nutzungshäufigkeit des Internets für Onlinebestellungen 82

Abb. 7: Kenntnis der Verbraucherrechte (Selbsteinschätzung) 109

Abb. 8: Wahrgenommene Beeinflussung durch Werbemaßnahmen im sozialen Umfeld 116

Abb. 9: Zufriedenheit des sozialen Umfeldes mit der Kaufkraft (Fremdeinschätzung) 124

Abb. 10: Zufriedenheit mit der eigenen Kaufkraft 126

Abb. 11: Bekannte Fälle von Kaufsuchtgefährdung im sozialen Umfeld der Interviewteilnehmer 128

Abb. 12: Nutzung von Zusatzfunktionen 130

Abb. 13: Bevorstehender Umzug der Interviewteilnehmer 139

Abb. 14: Verfügbarkeit und Nutzung eines Pkws für die alltägliche Versorgung 141

Abb. 15: Entbehrlichkeit eines eigenen Pkws 157

Abb. 16: Pkw-Nutzung für die Einkäufe (Ländervergleich) 164

Abb. 17: Bekanntheitsgrad von Gütezeichen 173

Abb. 18: Informationsquellen im Vorfeld von größeren Anschaffungen 177

Abb. 19: Verbrauchervertrauen hinsichtlich Werbeträgern (47 Länder umfassend) 188

Abb. 20: Empfundene Belästigung durch Kontaktaufnahme zu Werbezwecken 189

Abb. 21: Bekannte Beschwerdestellen für Konsumentenprobleme (offene Nennung) 194

Abb. 22: Kontaktaufnahme mit Informations- und Beschwerdestellen in Konsumentenschutzfragen 195

Abb. 23: Politisches Interesse und Engagement 197

Abb. 24: Anteil der Kaufsuchtgefährdeten in Österreich von 2004 bis 2011 203

Abb. 25: Wahrnehmung der Wirtschaft durch EU-Bürger (EU27) 211

Abb. 26: Von EU-Bürgern (EU27) erwartete wirtschaftliche Entwicklungen für die kommenden 12 Monate 212

TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1:	Jahresdurchschnittsbevölkerung Österreichs 2010	30
Tab. 2:	Geschlechterverteilung bei den Leitfadeninterviews	30
Tab. 3:	Altersverteilung in Österreich	31
Tab. 4:	Altersverteilung bei den Leitfadeninterviews	31
Tab. 5:	Privathaushaltsgrößen in Österreich	32
Tab. 6:	Haushaltsgrößenverteilung bei den Leitfadeninterviews	32
Tab. 7:	Wohngegenden der Leitfadeninterviewteilnehmer	33
Tab. 8:	Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher, ohne 13. und 14. Gehalt) der Interviewteilnehmer	33
Tab. 9:	Höchste abgeschlossene Ausbildung der Interviewteilnehmer	34
Tab. 10:	Stichproben-Übersicht	37
Tab. 11:	Legende zur Stichproben-Übersicht	38
Tab. 12:	Gemütszustände bei den Besorgungen des täglichen Bedarfs	41
Tab. 13:	Verwendung von Einkaufslisten für die Einkäufe des täglichen Bedarfs	43
Tab. 14:	Positive Aspekte bei den Einkäufen des täglichen Bedarfs	44
Tab. 15:	Negative Aspekte bei den Einkäufen des täglichen Bedarfs	45
Tab. 16:	Zufriedenheit mit dem Warenangebot	47
Tab. 17:	Produktgruppen mit zu wenig Auswahlmöglichkeit	48
Tab. 18:	Produktgruppen mit zu viel Auswahlmöglichkeit	49
Tab. 19:	Überforderung bei der Produktauswahl	50
Tab. 20:	Wichtigkeit von Produktinformationen bei Lebensmitteln (Gesamte Stichprobe)	55
Tab. 21:	Wichtigkeit von Produktinformationen bei Lebensmitteln (Aufschlüsselung nach Alter und Geschlecht)	55
Tab. 22:	Wichtigkeit von Produktinformationen bei Lebensmitteln (Aufschlüsselung nach Einkommen und Bildung)	55

Tab. 23: Beachtung von Gütezeichen durch andere Konsumenten 57

Tab. 24: Bekanntheitsgrad von Gütezeichen 59

Tab. 25: Für die Kaufentscheidung wichtige Gütezeichen 60

Tab. 26: Erlebnis beim Einkauf von Bekleidung 62

Tab. 27: Erlebnis beim Einkauf von Elektronikprodukten 62

Tab. 28: Wichtigkeit von einzelnen Kaufkriterien bei größeren Anschaffungen (Gesamt) 66

Tab. 29: Wichtigkeit von einzelnen Kaufkriterien bei größeren Anschaffungen (Aufschlüsselung nach Alter und Geschlecht) 66

Tab. 30: Wichtigkeit von einzelnen Kaufkriterien bei größeren Anschaffungen (Aufschlüsselung nach Einkommen und Bildung) 66

Tab. 31: Letzte größere Anschaffung der Interviewteilnehmer 68

Tab. 32: Informationsbeschaffung vor dem Kauf einer größeren Anschaffung 69

Tab. 33: Durchführung von Preisvergleichen vor dem Kauf einer größeren Anschaffung 69

Tab. 34: Kaufmotive der Interviewteilnehmer 70

Tab. 35: Kaufkriterien bei größeren Anschaffungen 71

Tab. 36: Wahrnehmung der Option des „Schenken Lassens“ bei größeren Anschaffungen 71

Tab. 37: Vergangene Zeit zwischen erstem Konsumwunsch und erster Informationssuche bei größeren Anschaffungen 73

Tab. 38: Vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und tatsächlichem Kauf bei größeren Anschaffungen 74

Tab. 39: Zeitliche Unterschiede zwischen den Kaufentscheidungsphasen bei größeren Anschaffungen 74

Tab. 40: Schwierigkeiten mit der Inbetriebnahme des Produktes 75

Tab. 41: Lesen von Betriebsanleitungen 76

Tab. 42: Probleme mit Betriebsanleitungen 77

Tab. 43: Vorteile bei der Abwicklung von Online-Bestellungen 84

Tab. 44: Nachteile bei der Abwicklung von Online-Bestellungen 85

Tab. 45: Zufriedenheit mit der Haltbarkeit von Konsumgütern (Fremdeinschätzung) 86

Tab. 46: Soll-Ist-Vergleich der Lebensdauer ausgewählter Produktgruppen (Gesamt) 89

Tab. 47: Soll-Ist-Vergleich der Lebensdauer ausgewählter Produktarten (minimale und maximale Werte) 89

Tab. 48: Konsumgüter mit langer Lebensdauer (gemäß subjektivem Empfinden) 95

Tab. 49: Konsumgüter mit kurzer Lebensdauer (gemäß subjektivem Empfinden) 96

Tab. 50: Empfundene Notwendigkeit an reparaturfreundlicheren Produkten 98

Tab. 51: Einschätzung der längerfristigen Entwicklung hinsichtlich reparaturfreundlicherer Produkte 99

Tab. 52: Verbraucherwissen bezüglich Konsumentenschutz 102

Tab. 53: Potentielle Anlaufstellen bei Konsumentenschutzangelegenheiten 103

Tab. 54: Für Verbraucher wichtige Regelungsbereiche hinsichtlich Konsumentenschutz 104

Tab. 55: Bedeutung von Konsumentenschutz (Gesamt) 105

Tab. 56: Bedeutung von Konsumentenschutz (Aufschlüsselung nach Alter und Geschlecht) 106

Tab. 57: Bedeutung von Konsumentenschutz (Aufschlüsselung nach Bildung und Haushaltseinkommen) 106

Tab. 58: In Anspruch genommene Informationsquellen bezüglich Konsumentenschutz 107

Tab. 59: Verbraucherkompetenzen im Bereich Konsumentenschutz (Selbsteinschätzungen) 108

Tab. 60: Aneignung von Verbraucherkompetenzen im Rahmen der Schulausbildung 110

Tab. 61: Wahrgenommene Beeinflussung durch Werbemaßnahmen 115

Tab. 62: Bekannte Beispiele von Personen, die sich offenkundig durch Werbemaßnahmen beeinflussen ließen 116

Tab. 63: Antizipierte Gründe für die Wirksamkeit von Werbemaßnahmen 117

Tab. 64: Wahrgenommene Wertorientierung in der Gesellschaft 121

Tab. 65: Zufriedenheit des sozialen Umfeldes der Interviewteilnehmer mit der Kaufkraft (Fremdeinschätzung) 123

Tab. 66: Zufriedenheit der Interviewteilnehmer mit ihrer Kaufkraft 125

Tab. 67: Latente Konsumwünsche der Interviewteilnehmer 126

Tab. 68: Nutzung von Zusatzfunktionen 129

Tab. 69: Beurteilung der Wohnsituation (Gesamt) 136

Tab. 70: Beurteilung der Wohnsituation (Land) 137

Tab. 71: Beurteilung der Wohnsituation (Kleinstadt) 137

Tab. 72: Beurteilung der Wohnsituation (Großstadt) 138

Tab. 73: Gewünschte Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe 140

Tab. 74: Verfügbarkeit, Nutzung und Notwendigkeit eines Pkws für die alltägliche Versorgung 141

Tab. 75: Wahrgenommene Änderungen durch den EU-Beitritt aus Konsumentensicht 143

Tab. 76: Wahrgenommene Vorteile für Österreich und seine Bürger durch den EU-Beitritt 145

Tab. 77: Wahrgenommene Nachteile für Österreich und seine Bürger durch den EU-Beitritt 145

Tab. 78: Einschätzungen bezüglich der Entwicklungen innerhalb der Europäischen Union 146

Tab. 79: Erfahrungen und Meinungen bezüglich des Euro 149

Tab. 80: Probleme bei der Handhabung von Münzen und Banknoten 149

Tab. 81: Umrechnung in die alte Währung 150

Tab. 82: Bereiche mit wahrgenommenen Preissteigerungen 151

Tab. 83: Bereiche mit wahrgenommenen Preissenkungen 152

Tab. 84: Mögliche persönliche Beiträge der Konsumenten zum Umweltschutz 153

Tab. 85: Entbehrlichkeit eines eigenen Pkws 157

Tab. 86: Immaterielle Freizeitgestaltung der Interviewteilnehmer 158

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AK	Kammer für Arbeiter und Angestellte
AGES	Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit
AMA	Agrarmarkt Austria
ARA	Altstoff Recycling Austria
BMASK	Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz
BMVIT	Bundesministerium für Verkehr, Innovationen und Technologie
BOBO	„Bourgeoises Bohemiens“
HVPI	harmonisierter Verbraucherpreisindex
IFES	Institut für Empirische Sozialforschung
LOHAS	Lifestyle of Health and Sustainability
MSC	Marine Stewardship Council
ÖBB	Österreichische Bundesbahnen
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
PISA	Programme for International Student Assessment
RFID	Radio-Frequency Identification
VCÖ	Verkehrsclub Österreich
VKI	Verein für Konsumenteninformation
VPI	Verbraucherpreisindex

1. EINLEITUNG

Alle vier Jahre führt die Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien (AK Wien) eine Repräsentativstudie über die Ansichten, Erfahrungen, Einschätzungen, Einstellungen, Kompetenzen und Probleme von Konsumenten durch. Zuletzt wurde eine solche Studie im Jahre 2008 erarbeitet. Nach der üblichen wissenschaftlichen Vorgehensweise erfolgt vor der eigentlichen repräsentativen Untersuchung die Durchführung einer qualitativen Vorerhebung, mit dem Zweck, etwaige Änderungen im Verbraucherdenken auszumachen und darauf aufbauend die Fragenkataloge vorangegangener quantitativer Erhebungen entsprechend neuer Erfordernisse zu adaptieren und zu erweitern. Beispielsweise gewann das Internet als Informationsquelle und Medium zur Anschaffung von Konsumgütern und Dienstleistungen aller Art in den letzten Jahren stark an Bedeutung.

1.1 Problemstellung, Forschungsfragen und Erkenntnisinteresse

Mittels der durch das Forschungsprojekt „Konsumenten 2012“ erlangten Erkenntnisse sollen also aktuelle Einsichten in das wandlungsfähige Verbraucherdenken gewonnen werden. In diesem Sinne möchte die Pilotstudie als Grundlage oder zumindest als Anhaltspunkt für weitere, vertiefende Forschungsbeiträge verstanden werden. Ferner soll es gleichsam das Ziel sein, akute und chronische Unzulänglichkeiten in unserer modernen Konsumgesellschaft aufzuzeigen und für notwendige Adaptierungsprozesse zu plädieren.

Vordergründig befasst sich die Pilotstudie also mit den Leitfragen:

- Wie schätzen Verbraucher ihr eigenes Konsumverhalten und jenes ihres sozialen Umfeldes ein,
- welche Ansichten und Meinungen vertreten sie angesichts spezifischer Themenstellungen,
- über welche Verbraucherkompetenzen verfügen sie und
- mit welchen Problemen und Hürden sehen sie sich beim Konsum konfrontiert?

Entscheidend ist hier auch, den konsumbezogenen Fragestellungen, Bedürfnissen und Wünschen der Konsumenten auf den Grund zu gehen, die sich in diesem Zusammenhang auftun.

Zur Präzisierung der Forschungsfrage gestaltet sich die themenbezogene Schwerpunktsetzung wie folgt:

- Werden die Einkäufe des täglichen Bedarfs als Erlebnis, Notwendigkeit oder Ärgernis empfunden? Welche Emotionen und Problemstellungen werden mit der Tätigkeit des Einkaufens assoziiert?

- Wie beurteilen Konsumenten das verfügbare Warenangebot und die Übersichtlichkeit der Regalgestaltung?
- Welche Schwierigkeiten tun sich speziell bei der Produktkennzeichnung auf?
- Wie sehr achten Konsumenten auf Gütezeichen und diverse Zertifikate?
- Wie erleben Konsumenten den Einkauf von größeren, außergewöhnlicheren Anschaffungen im Vergleich zu alltäglichen Besorgungen?
- Wie läuft der Prozess der Informationsbeschaffung vor dem Kauf ab? Welche Kaufmotive werden vordergründig angegeben und was ist wichtig bei der Kaufentscheidung an sich?
- Wie bewerten Konsumenten die Haltbarkeit, Reparaturfreundlichkeit, Nutzungsdauer und Lebensdauer von Konsumgütern?
- Wie stehen Verbraucher der Werbung bzw. der damit einhergehenden (unbewussten) Beeinflussung gegenüber?
- Über welches Verbraucherwissen und soziales Kapital verfügen Konsumenten? Was wissen sie über ihre Rechte als Verbraucher und welche Bedeutung hat Konsumentenschutz für sie?
- Welche Haltung haben Konsumenten gegenüber Umweltschutz, Suffizienz und nachhaltigem sowie immateriellem Konsum?
- Wie sind die Österreicher der EU gegenüber eingestellt und mit welchem Gefühl blicken sie in diesem Sinne der Zukunft entgegen? Welche Erfahrungen haben sie in den letzten Jahren mit dem Euro gemacht und wie gut kommen sie mittlerweile mit der neuen Währung zurecht?
- Was ist Konsumenten heutzutage wichtig, bzw. welche Wertvorstellungen besitzen sie?
- Wie beurteilen sie ihre eigenen Konsummöglichkeiten und jene ihres sozialen Umfeldes? Inwieweit nehmen sie einen Konsumdruck und Konsumzwänge wahr?

1.2 Methode und Aufbau der Arbeit

Im Zuge der Voruntersuchung wurden mittels Leitfadeninterview insgesamt 30 Probanden mit unterschiedlichem soziodemographischen Hintergrund in Wien und Umgebung befragt. Der eigens dafür angefertigte Interviewleitfaden basiert im Wesentlichen auf älteren Studien und ist unter Aufsicht der AK Wien erstellt und ergänzt worden. Erhoben wurden die relevanten Daten in einem Zeitraum von Ende August bis Ende Oktober 2011 in persönlichen Face-to-Face-Interviews. Die Gespräche wurden allesamt per Tonbandgerät aufgezeichnet, transkribiert und sind im Anhang zu finden.

Im ersten Teil der Arbeit erfolgen die üblichen Abhandlungen von Definitionen, Begriffsabgrenzungen, sowie die Aufbereitung der relevanten theoretischen Grundlagen. Konkret geht es hierbei um die Grundlagen konsumtheoretischer Art und jene der empirischen Sozialforschung.

Der Bericht zur Pilotstudie „Konsumenten 2012“ hält die Ergebnisse der Untersuchung fest und fungiert als integraler Bestandteil dieser Diplomarbeit. Im Hauptteil wurden die Interviews nach soziodemographischen Aspekten miteinander verglichen und entsprechend ausgewertet. Ergänzend wurden verwandte Erhebungen und Studien herangezogen, um allfällige Abweichungen oder Gemeinsamkeiten hinsichtlich der gewonnenen Erkenntnisse feststellen zu können. Hinzu kommen etwaige Schlussfolgerungen, Handlungsempfehlungen und ein Ausblick in Form einer persönlichen Einschätzung.

Abschließend findet sich eine stichhaltige Zusammenfassung der wesentlichen Inhalte dieser Forschungsarbeit.

2. THEORETISCHE GRUNDLAGEN

In diesem Abschnitt werden all jene theoretischen Grundlagen abgehandelt, die für die Studie von Relevanz sind. Zu Beginn erfolgt eine theoretische Auseinandersetzung mit den Begriffen „Konsum“ und „Konsument“, sowie deren Konnotationen und Implikationen. Weiterführend wird auch auf die Rolle des Sozialkapitals, den Kaufentscheidungs- und Informationsbeschaffungsprozess und die Möglichkeiten der unbewussten Verhaltenssteuerung eingegangen.
Im zweiten Teil dieses Abschnitts geht es um die Theorie zur empirischen Sozialforschung. Hierbei soll unter anderem erklärt werden, weshalb die empirische Sozialforschung zur Beantwortung der definierten Forschungsfrage geeignet ist, welche grundlegenden Datenerhebungs- und Auswertungsinstrumente existieren, bzw. welche davon für diese Arbeit am geeignetsten erscheinen.

2.1 Konsumtheoretische Grundlagen

Der dynamische, mehrere Stadien durchlaufende Prozess namens „Konsum“ ist sozialer Kontext und umfasst sämtliche Verhaltensweisen und Aktivitäten von Einzelpersonen oder Haushalten, die auf Erlangung (Marktentnahme) und private Nutzung wirtschaftlicher Güter und Dienstleistungen gerichtet sind.[1] „Private Güter werden über das Allokationssystem Markt organisiert, auf dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen und der resultierende Marktpreis darüber informiert, wo sich die individuellen Nutzeneinschätzungen der Konsumenten und die Gewinnerwartungen der Produzenten treffen“.[2] Der Konsum und die Konsumenten sind zentrale Bestandteile der Institutionen des Marktes, insofern sind Kenntnisse über eben diese unabdingbar für das adäquate Verstehen von Wirtschaft und Märkten.[3]

In den Standardlehrbüchern der Allgemeinen Volkswirtschaftslehre (VWL) wird der Konsum als „letzter Verbrauch von Gütern durch private Haushalte, der nicht zur Wertschöpfung beiträgt“ beschrieben, wohingegen die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (BWL) im Sinne der Unternehmenslehre die Haushalte fast ausschließlich als Nachfrager von Konsumgütern sieht.[4] „Die traditionelle mikroökonomische Konsumtheorie der VWL befaßt sich in der Hauptsache damit, wie der rationale Haushalt sein Geldeinkommen auf Konsumgüterausgaben und Ersparnis verteilt“.[5] Aus der soziologischen Perspektive ist Konsum nicht nur die bloße Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen, die destruktiv und auf den Verbrauch

[1] Vgl. Wiswede, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 24; Schneider, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 11 und Lüdtke, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 117; Anmerkung: Die Phasen des Konsums beginnen bei der Bedürfnisgenese, umfassen sämtliche Aktivitäten der Informationsgewinnung und Entscheidungsfindung, erstrecken sich über die Nutzung bzw. den Verbrauch von Gütern und enden mit der Entsorgung.

[2] Halfar, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 209

[3] Vgl. Bögenhold, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 111

[4] Vgl. Piorkowsky, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 190

[5] Piorkowsky, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 191

von Ressourcen gerichtet ist, sondern auch „soziales Handeln mit umfassenden gesellschaftlichen und individuellen Funktionen. Konsum sichert Beschäftigung und Wachstum und ist damit einer der tragenden Pfeiler der Industriegesellschaft“.[6] Aus mikrosoziologischer Perspektive hat Konsum den Charakter von sozialem Handeln und sozialer Kommunikation, die von der Intention auf andere, oder vom Individuum auf sich selbst gerichtet sind.[7] Desweiteren versteht man unter Konsum einen aktiven, gestaltenden, kreativen Prozess, der der Sicherung personaler Identität dient und den Konsumenten Kompensation, Genuss, Erlebnisse und Belohnungen bietet.[8] Auf der einen Seite erzeugt der Konsum von Gütern und Dienstleistungen Gleichheit und Zugehörigkeit, auf der anderen Seite sorgt er genauso für soziale Distinktion und Individualität.[9] In einem sozialen System lässt sich das Streben nach Anerkennung und Status auch durch Formen des Konsums vollziehen.[10]
In weiterem Sinne ist Konsum „ein Bereich, der mit gesellschaftlichen Strukturen und ihrem Wandel eng verbunden ist“, „an dem sich spezifische soziale Strukturen und spezifische Muster der Lebensführung ausdrücken“ und widerspiegeln.[11] Der Begriff „Konsumtion“ definiert den Konsum als eigenständiges gesellschaftliches Teilsystem.[12] Konsum und Produktion setzen sich wechselseitig voraus, im Gegensatz zur Produktion kann der Konsum jedoch nicht ausgelagert, d.h. auf Dritte übertragen werden.[13]

2.1.1 Der Konsument als Untersuchungsobjekt

Nach der gegenwärtigen herrschenden Lehre finden die Begrifflichkeiten „Konsument“ und „Verbraucher“ eine annähernd synonyme Anwendung. Zur abwechslungsreicheren Textgestaltung werden die beiden Begriffe in diesem Sinne also fortan gleichermaßen verwendet.
Trommsdorff beschreibt den Begriff des Konsumenten allerdings als Zusammensetzung von drei verschiedenen Funktionen, nämlich der des Entscheiders, des Zahlers und des Verbrauchers. Demnach sind fünf verschiedene Konstellationen möglich:

1. Alle drei Funktionen sind in einer Person vereinigt,
2. jemand ist Entscheider und Zahler, aber nicht Verbraucher,
3. jemand ist Entscheider und Verbraucher, aber nicht Zahler,
4. jemand ist Zahler und Verbraucher, aber nicht Entscheider,
5. jede der drei Funktionen liegt bei verschiedenen Personen.[14]

[6] Vgl. Schneider, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 11
[7] Vgl. Schneider, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 14f
[8] Vgl. Schneider, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 16
[9] Vgl. Schneider, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 12 und 20f
[10] Vgl. Jäckel/Kochhan, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 81
[11] Rosenkranz, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 136f
[12] Vgl. Schneider, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 17
[13] Vgl. Bögenhold, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 99 und Piorkowsky, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 203
[14] Vgl. Trommsdorff (2004), S. 17f

„Konsumentscheidungen fallen auf der einzelwirtschaftlichen Ebene, d.h. bei den einzelnen Verbrauchern“.[15] In Modellen der mikroökonomischen Theorie wird vom Leitbild des homo oeconomicus ausgegangen: es wird also die Annahme getroffen, dass sich dieses „Konstrukt“ sämtlicher Handlungsalternativen und deren Konsequenzen vollkommen bewusst ist und sich als ökonomisch orientierter Nutzenmaximierer stets rational verhält.[16] Auch eine Mehrheit der Mitgliedsstaaten der EU, sowie der Europäische Gerichtshof stützen sich auf ein Verbraucherleitbild vom „mündigen Verbraucher“, wodurch er als souverän, kritisch, reflektiert, umsichtig und verständig beschrieben wird.[17] Der homo oeconomicus (auch sophisticated consumer genannt), der sich über alle Ziele und Mittel im Klaren ist, gilt seit langem als Wunschvorstellung der Verbraucherpolitik.[18]
Die „volle Funktionstüchtigkeit und Transparenz des Marktgeschehens“ vorausgesetzt geht die ökonomische Vorstellung von der Konsumentensouveränität aus, „wonach sich Produzenten nach den Signalen ausrichten, die vom Verbraucher ausgehen“.[19]
Von der Souveränität des Bürgers leiten sich folglich seine politischen Rechte und Pflichten ab.[20] Glaubt man den Darstellungen diverser Marketinglehrbücher, so sei es der „freie Wille des Konsumenten, ob er sich den Marketingaktivitäten aussetze“ und er sei „frei in seiner Entscheidung, entsprechend seinen Bedürfnissen zwischen den angebotenen Waren zu wählen“.[21]

Kehrt man vom faktischen Leitbild des souveränen Bürgers ab, zeigt sich ein etwas realitätsnäheres Bild: es hat sich nämlich herausgestellt, dass „der Bürger an der Gestaltung seiner politischen Umwelt nur wenig mitwirkt. Er ist passiv und reagiert mehr oder weniger auf Reize aus seiner Umwelt“, wodurch er durch die Medien und politische Instanzen relativ stark beeinflussbar ist.[22]
Nach der Theorie der Konsumentenverhaltensforschung ist das Verhalten und Handeln der Konsumenten nicht völlig willensbestimmt, genauso weniger aber ausschließlich auf äußere Stimuli zurückzuführen – vielmehr beruht es auf einem Zusammenspiel von Vererbung (genetische Programmierung), sozialem Erwerben (erlerntes Verhalten) und Freiwilligkeit (Bemühungen und Bestrebungen).[23]

Vergessen werden sollte dabei nicht, dass Konsumenten über eigene Wert- und Zielsysteme verfügen.[24] Das Verständnis vom modernen Konsumenten geht davon

[15] Schmidt, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 233
[16] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 5 und Schmidt, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 233
[17] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 710
[18] Vgl. Wiswede, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 47 und 64 und Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 692
[19] Vgl. Wiswede, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 45
[20] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 683
[21] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 683
[22] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 683
[23] Vgl. Trommsdorff (2004), S. 21
[24] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 307

aus, dass es sich hier um ein komplexes Wesen handelt, das nicht nur begehrt, kauft und verbraucht, sondern weit vielschichtiger ist – „der moderne Konsument wählt und wählt ab, bewahrt und verpraßt, frönt dem Luxus hier und zeigt sich zurückhaltend und sparsam dort […], ist einmal emotional und spontan, ein anderes Mal rational und überlegt handelnd“.[25] Im Vergleich zu den aktiven Gestaltungsmöglichkeiten der Individuen in Lebensführung und –planung und den politischen und wirtschaftlichen Steuerungspotentialen von vor einigen Jahrzehnten (gar nicht erst zu sprechen von vor einigen Jahrhunderten) sind die Konsumenten heutzutage ungleich besser gestellt.[26] „Mittels Kommunikation und Konsum sind sie partiell zu ‚Machern‘ des Systems sozialer Ungleichheit geworden, wohingegen die Vorstellung von ihnen als bloßen ‚Opfern‘ objektiver Klassenmächte zumindest stark relativiert worden ist“.[27]

2.1.2 Informationsbeschaffung und Kaufentscheidung

„Kaufentscheidungen sind das Ergebnis eines individuellen Abwägungsprozesses zwischen den vom Konsumenten wahrgenommenen Vor- und Nachteilen eines Produktes. Diese Vor- und Nachteile eines Produkts beschreiben eine spezifische Anreizsituation für den Konsumenten. Der Konsument bildet sich ein Urteil über den Nutzen der jeweils in einer Kaufsituation zur Auswahl stehenden Produkte“.[28] Der Kaufentscheidungsprozess gliedert sich in mehrere hintereinander oder gleichzeitig ablaufende Phasen, die von der Produktwahrnehmung bis zum Produktkauf reichen.[29] Bei seinen Entscheidungen verwendet der Konsument die grundsätzlich angebotenen Informationen nur in relativ geringem Ausmaß.[30] Suche, Verarbeitung und Verwendung von kaufentscheidungsrelevanten Informationen bringen Opportunitätskosten mit sich, da die dafür aufgewandte Zeit den Konsumenten ansonsten als Freizeit oder zur Befriedigung anderer Bedürfnisse zur Verfügung stünde.[31] Denkbar ist es, dass irrationales Verhalten im Konsumbereich (Zeit)Vorteile in anderen Lebensbereichen mit sich bringt.[32] „So kann zum Beispiel routinemäßiges, schnelles Einkaufen ohne vollständigen Vergleich verschiedener Angebote (ohne Preisvergleiche usw.) dazu führen, dass der Konsument mehr Freizeit bekommt. Dieser Wert kann für ihn größer sein als die Einbuße, die er durch das unüberlegte Einkaufen erleidet“.[33] Wegen ihrer begrenzten Informationsverarbeitungskapazität müssen Konsumenten unter der großen Menge der physisch aufgenommenen

[25] Vgl. Schneider, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 14

[26] Vgl. Lüdtke, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 119

[27] Lüdtke, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 119

[28] Balderjahn/Scholderer (2007), S. 19

[29] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 410

[30] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 421

[31] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 307

[32] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 692; Anmerkung: Gewohnheitsmäßige und vereinfachte Kaufentscheidungen (ohne oder mit geringer Informationssuche) können also durchaus im Interesse des Konsumenten liegen. Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 307

[33] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 692; Anmerkung: „Das Informationsverhalten hängt von Merkmalen der Person und der Situation ab“. Trommsdorff (2004), S. 253

Informationseinheiten weiter selektieren.[34] Solange die Informationsmenge für den Entscheidungsträger noch beherrschbar ist, tritt eine Verbesserung der Entscheidungsqualität ein.[35] Bringt man den Konsumenten dazu, zu viele Informationen zu verwenden, kann sich unter Umständen seine Entscheidungseffizienz verringern, zumal er überfordert wird und in seiner Hilflosigkeit auf sehr einfache, habitualisierte Entscheidungsregeln (bzw. Entscheidungsheuristiken) zurückgreift (die häufig nicht zur Auswahl der vorteilhaftest Alternative führen).[36] Durch die Ausweitung der Informationsflut werden Konsumenten zunehmend verunsichert, weil sie zusehends das Gefühl haben, noch über weitere Informationen verfügen zu können, deren Relevanz man von vornherein schwerlich einschätzen kann.[37] „Der in den letzten Jahrzenten vervielfachte Einsatz von technischen Medien ist zur Ursache einer zunehmenden Informationsüberflutung geworden".[38] Künftig wird das verfügbare Informationsangebot tendenziell noch stärker ansteigen, als die Informationsnachfrage, weshalb sich ein zunehmender Informationsüberschuss einstellt, der über die Grenzen der kognitiven Informationsverarbeitungskapazitäten der Menschen weit hinausgeht.[39] Für seine Entscheidungen hat das Individuum die Möglichkeit auf externe Informationen aus der Umwelt und auf interne Informationen, die im Gedächtnis abgelegt wurden, zurückzugreifen.[40] Es besteht außerdem die Möglichkeit, die Informationssuche bzw. –aufnahme entweder aktiv zu gestalten, oder eher passiv, absichtslos und habitualisiert.[41]„Meist benötigt der Konsument bei extensiven Entscheidungen mit hohem Anspruchsniveau relativ viele Informationen, deren Verarbeitung zu einer längeren Entscheidungszeit führt als bei limitierten, habitualisierten oder impulsiven Kaufentscheidungen".[42] Zusätzliche Informationsaufnahme ist mit höherem Ressourcenaufwand (Geld, Zeit, Anstrengung) verbunden, so werden selbst komplexere Konsumentscheidungen oft nur begrenzt durch Informationssuche gestützt.[43] „Informationen werden wohl generell nur über wenige Alternativen und in beschränktem Umfang besorgt".[44] Ob aktiv einzuholende Holinformationen oder doch eher über Massenmedien und Meinungsführer transportierte Bringinformationen geeigneter sind für die jeweilige Kaufentscheidung, hängt in erster Linie vom Grad des Involvements ab.[45] Unter Involvement versteht man die innere Beteiligung, das gedankliche Engagement und den damit verbundenen

[34] Trommsdorff (2004), S. 258
[35] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 42
[36] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 421 und Balderjahn/Scholderer (2007), S. 42
[37] Wiswede, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 46
[38] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 614
[39] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 93
[40] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 36
[41] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 36
[42] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 423
[43] Vgl. Trommsdorff (2004), S. 132f
[44] Trommsdorff (2004), S. 132f
[45] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 712; Anmerkung: „Informationen aus den Massenmedien eignen sich im Allgemeinen gut zur ersten Problemorientierung". Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 675

Aktivierungsgrad bzw. die Motivstärke, mit der sich Individuen einer Aktivität (zB der Informationssuche) oder einem Sachverhalt zuwenden.[46]„Bei der Low-Involvement-Einstellungsbildung sind die Konsumenten also an komplexen Informationen nicht interessiert und lassen sich bei der Kaufentscheidung eher durch Verkaufsförderungsmaßnahmen, auffällige Verpackungen usw. beeinflussen“.[47] Das Interesse bzw. Involvement, das eine Person einem Produkt oder einer Dienstleistung entgegenbringt, kann auch als Produktinvolvement bezeichnet werden.[48] Als empirisch fundiert gilt, dass bei zunehmender Produkterfahrung

- die Zahl der herangezogenen Informationsquellen sinkt,
- die Häufigkeit der Nutzung von Informationsquellen sinkt,
- eher markenspezifische Informationen und weniger produktgruppenbezogene Informationen gesucht und erworben werden,
- der Informationserwerb mehr über marketingdominierte Informationsquellen als über neutrale Quellen erfolgt,
- der Erwerb von Informationen durch andere Personen abnimmt.[49]

2.1.2.1 Entscheidungsrisiken

„Kaufentscheidungen, die extensive Suche erfordern, bergen ein gewisses wahrgenommenes Risiko, das als die Befürchtung, das Produkt könne negative Folgen haben, beschrieben werden kann“.[50] Je höher das wahrgenommene Kaufrisiko vom Individuum eingestuft wird, desto stärker wird die Motivation sein, sich zusätzliche Informationen anzueignen.[51] „Risiko wird in der Ökonomie als Produkt aus Schadenswahrscheinlichkeit und Schadenshöhe definiert. […] Der Konsument empfindet Risiko, wenn er mit vorhandenem Wissen Entscheidungskonsequenzen mit Schadenspotenzial schlecht beurteilen kann“.[52] Von Bedeutung kann das Risiko zB dann sein, wenn das Produkt komplex, schwer verständlich oder teuer ist, oder die Befürchtung besteht, aufgrund einer Fehlentscheidung soziale Sanktionen zu erleiden.[53] Sobald das wahrgenommene Kaufrisiko eine subjektive Toleranzschwelle überschreitet, versucht der Konsument, sein persönliches Risiko mittels Reduktionstechniken, die den Ablauf des Entscheidungsprozesses beeinflussen, zu minimieren.[54] So kann es geschehen, dass der Konsument bei Einkäufen mit einem

[46] Vgl. Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 128; Balderjahn/Scholderer (2007), S. 109; Trommsdorff (2004), S. 56 und Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 94 und 386

[47] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 218

[48] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 110

[49] Vgl. Trommsdorff (2004), S. 270f

[50] Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 260

[51] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 304

[52] Trommsdorff (2004), S. 257

[53] Vgl. Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 260

[54] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 437

starken wahrgenommenen Risiko von seinem üblichen routinemäßigen Kaufverhalten abweicht und sich zusätzliche Informationen zum Zweck der Risikoverringerung beschafft.[55] Je schwerwiegender eine Entscheidung ist, desto größer ist die subjektive Bedeutung einer Information. „Handelt es sich um Entscheidungen für Produkte mit geringem Kaufrisiko, so wendet sich der Konsument an die Massenmedien, deren Gebrauch für ihn im Allgemeinen zeitsparender und einfacher ist als persönliche Recherchen“.[56]
Gemäß dem Wohlstandsparadox steigen die Kosten der Entscheidung mit zunehmendem materiellen Wohlstand, während die Kosten der Entscheidungen und die Kosten des Irrtums sinken.[57] Folglich können Konsumenten bei wachsendem Wohlstand Fehlentscheidungen/Fehlkäufe eher verschmerzen, wodurch sich allmählich eine nicht-nachhaltige Wegwerfmentalität in der Konsumgesellschaft etabliert.

2.1.3 Umweltbewusstsein, Nachhaltigkeit und Suffizienz im konsumtiven Bereich

Steigende Produktions- und Innovationsraten und eine Zunahme von Konsum, Information und Mobilität bringen stetig neue Herausforderungen mit sich, oder anders ausgedrückt: sie haben ihren Preis. Zu nennen wären hier unter anderem: der Klimawandel durch wachsenden CO^2-Ausstoß, nicht-nachhaltige Ressourcenerschöpfung, Gemeinschaftsverlust durch Mobilität, häufiger werdende Psychosen und Neurosen durch Stress, gesellschaftlicher Druck und Reizüberflutung.[58] „In den letzten 50 Jahren sind die begrenzten Vorräte von Erdöl und Erdgas, statt sie auf Jahrhunderte zu verteilen, so bedenkenlos, natur- und sozialschädigend verbraucht worden, dass wir als Konsumenten wie als Produzenten beträchtlich über unsere Verhältnisse leben konnten“.[59] Aus ökologischer Perspektive ist der Haushaltsprozess genauso wie jeder Wirtschaftsprozess ein metabolischer Prozess, der auf dem Prinzip von Zufuhr/Abfuhr von Materie und Energie beruht. Jener Prozess endet nicht mit dem Konsum, sondern parallel zum Regenerationsprozess werden Abfall- und Schadstoffe an die Umwelt abgegeben.[60] An dieser Stelle soll der Konsum nicht in ein vorwiegend negatives Licht gerückt werden, schließlich ist er „notwendig zur Erhaltung und Entwicklung der Vital- und Sozialfunktionen der Haushalts- also Gesellschaftsmitglieder“.[61] Letztendlich gibt es per se kaum „schlechte Konsumbedürfnisse“, der Fokus sollte viel eher auf „veränderungswürdige gesellschaftliche Strukturen“ gelegt werden.[62]

[55] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 698
[56] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 675
[57] Vgl. Scherhorn, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 286f
[58] Vgl. Gehmacher (2009), S. 104
[59] Vgl. Pfister (1995), zitiert nach: Scherhorn (2005), S. 4
[60] Vgl. Piorkowsky, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 198
[61] Vgl. Piorkowsky, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 201
[62] Vgl. Schneider, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 21

„Nachhaltig ist die wirtschaftliche Entwicklung, wenn sie die Absorptions- und Regenerationsfähigkeit der Ökosysteme nicht überfordert“.[63] Wer nachhaltig konsumiert, der ist danach bestrebt seine eigenen Bedürfnisse zu befriedigen, „ohne die Lebens- und Konsummöglichkeiten anderer Menschen (intragenerative Gerechtigkeit) und zukünftiger Generationen (intergenerative Gerechtigkeit)“ maßgeblich zu gefährden.[64] Eine nachhaltige Entwicklung zugunsten des Nachhaltigkeitszieles bedeutet nämlich konkret, „einen Zustand der Erhaltung und Kultivierung des Natur- und Sozialkapitals anzustreben, damit auch die künftigen Generationen keine geringere Chance haben als die heutige, ihre Grundbedürfnisse zu erfüllen“.[65] Um im Sinne der Nachhaltigkeit eine Trendumkehr im Konsumverhalten der Bevölkerung zu bewirken ist es also unumgänglich, gezielt Verschwendungen zu vermeiden sowie sorgsamer mit Rohstoffen, Energie und den Mitmenschen umzugehen.[66] „Im privaten Verbrauch besteht ein enormes Nachhaltigkeitspotenzial, das durch konkretes Handeln der Konsumenten ausgeschöpft werden könnte“.[67]

Umweltgerechtes Handeln sollte keinesfalls ausschließlich eine Frage des Einkommens sein, unabhängig von der Einkommenssituation (zumindest bis zu einem gewissen Grad) besteht nämlich die Möglichkeit, sich zu einem LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) zu bekennen, also einem „Bekenntnis zu langfristig aufrecht erhaltbarem Lebensstil und hohem Gesundheitsbewusstsein“.[68] Damit sind postmaterielle Individualisten gemeint, die gezielt nachhaltig konsumieren und leben, nicht aber einem sozialen Milieu zuordenbar sind – „Die LOHAS sind ein altersindifferentes, schichtenübergreifendes und einkommensunabhängiges Phänomen“.[69] Sie pflegen einen kritischen, reflektierten, hedonistischen Lebensstil, sind auf das eigene Wohl und jenes ihrer Umwelt und Mitmenschen bedacht, sind schwerer durch Werbeeinflüsse manipulierbar, da sie sich selbst, ihre Bedürfnisse und ihr Umfeld hinterfragen und sehen Konsum nicht als Selbstzweck, sondern als Resultat einer inneren Einstellung.[70] „Der politische Konsument setzt sein Kaufverhalten als Waffe ein und unterstützt Unternehmen, die ähnliche Werte haben wie er selbst“.[71] Jene Menschen mit einer vorwiegend postmateriellen Werthaltung wehren sich in einem höheren Maß gegen Ungerechtigkeiten.[72] Wie bereits angedeutet treten dabei die Aspekte Genuss und Lebensqualität keineswegs in den Hintergrund. Im Endeffekt

[63] Scherhorn, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 290

[64] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 148

[65] Vgl. Scherhorn (2005), S. 1f

[66] Vgl. Jakl (2010), S. 3

[67] „Umweltbewusstsein wird als Einsicht, dass das eigene Verhalten Umweltschäden verursacht, verbunden mit der Bereitschaft, durch eigenes Handeln diese Belastungen zu vermeiden bzw. zu minimieren, definiert. […] Auf ökologische Nachhaltigkeit ausgerichtete Konsumenten berücksichtigen die Konsequenzen ihrer Konsumgewohnheiten“. Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 148 und 153

[68] Vgl. Jakl (2010), S. 4f

[69] Wenzel/Kirig/Rauch (2008), S. 15

[70] Vgl. Jakl (2010) S. 6 und 10

[71] Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 310

[72] Vgl. Scherhorn, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 291

zwingen der in unserer Gesellschaft erlebte Wohlstand und Überfluss die Menschen dazu, sich bewusst auf die Suche nach genussvollen Reizen zu machen.[73]

In weiterer Folge hat sich zudem der Begriff BOBO („bourgeoises Bohemiens“) herausgebildet. Nach außen hin sind sie LOHAS nicht ganz unähnlich, anders als diese sind BOBOs im direkten Vergleich weitaus medienunkritischer, politisch desinteressierter, unreflektierter, leichter beeinflussbar, trendgesteuert und handeln zumindest dem Schein nach individuell, informationsorientiert und ökologisch, weil es entweder eben gerade angesagt ist, bzw. um andere damit zu beeindrucken, oder das eigene Selbst aufzuwerten.[74]
Persuasives Marketing geht gemäß traditioneller Marktforschung von einem Informations- und Aufklärungsdefizit seitens der Konsumenten aus.[75] Es dürfte klar sein, dass BOBOs nach und nach als Zielgruppe erkannt und mit spezifischen Produkten angesprochen werden, die womöglich aber nur auf den ersten Blick besonders gesund und umweltverträglich sind. Da sogenannte BOBOs die angepriesenen Produkte jedoch weniger hinterfragen und das eigene Verbraucherverhalten weniger reflektieren, fallen sie wesentlich leichter auf Werbetricks und „Mogelpackungen“ herein als LOHAS.[76] Es dürfte auf der Hand liegen, dass zugunsten von Umwelt- und Konsumentenschutz BOBOs zu LOHAS „umzuerziehen“ sind. Als Konsequenz könnte eine Vergegenwärtigung und Aufwertung von „marktfreien Bedürfnissen“ Verbraucher zu einer etwas ausgewogeneren Relation zu den „marktgängigen Gütern“ verhelfen und gleichzeitig die Tendenz zu Rebound-Effekten vermindern.[77]

2.1.4 Zielgerichtete Beeinflussung des Verbraucherdenkens und -verhaltens

„Unterschwellige Wahrnehmung ist die Verarbeitung eines Stimulus, dessen Intensität unterhalb der Bewusstseinsschwelle liegt, also nicht bemerkt wird, der aber offenbar irgendwelche inneren oder äußeren Reaktionen zur Folge hat“.[78] Als empirisch bestätigt gilt die Annahme, dass nur ein geringer Anteil der Reize vom menschlichen Individuum bewusst wahrgenommen werden kann, während der Großteil nichtbewusst verarbeitet wird.[79] Während man in früheren einschlägigen Veröffentlichungen noch von „unterschwelliger Wahrnehmung“ sprach, wird heute zunehmend der Begriff „unbewusste Wahrnehmung“ verwendet.[80] Darüber hinaus ist die unterschwellige

[73] Vgl. Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 173
[74] Vgl. hierzu vor allem Jakl (2010), S. 6f
[75] Wenzel/Kirig/Rauch (2008), S. 15f
[76] Vgl. Jakl (2010), S. 10
[77] Gemeint ist die Balance zwischen dem Wunsch nach Konsumgütern (Waren) und dem Bedürfnis nach Gemeinschaft und sozialen Kontakten. Vgl. Scherhorn (2005), S. 5
[78] Trommsdorff (2004), S. 302
[79] Viele Prozesse werden von uns gar nicht bemerkt und verlaufen daher unbewusst. Vgl. Schorn (2010), S. 6 und Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 172
[80] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 325

Beeinflussung „die gezielte unterschwellige Veränderung von Einstellungen und Verhalten, zB die Herbeiführung eines Markenwechsels. Unterschwellige Manipulation enthält zusätzlich eine stark negative Wertung und schließt ein, dass eine Person die Beeinflussung nicht wünscht".[81] „Der derzeitige Stand der Forschung zeigt, dass Einstellungen und Verhalten von Menschen beeinflusst werden können, ohne dass sich diese der Beeinflussung bewusst sind".[82] Studien zeigen sogar, dass „Werbung wirken kann, auch wenn sich Konsumenten nicht explizit an die Werbung erinnern können".[83] Kurz gesagt: Der Beeinflussungsversuch wird dabei vom Sozialisanden nicht wahrgenommen, bzw. nicht durchschaut.[84] Hinsichtlich unterschwelliger Manipulation spricht man in der Fachliteratur häufig von „nichtbewusster Beeinflussung von Einstellungen und Verhalten" (zB durch subliminale Botschaften). Kroeber-Riel, Weinberg und Gröppel-Klein definieren die Verhaltenssteuerung als „eine von außen intendierte Beeinflussung des Verhaltens, die vom Betroffenen gedanklich (willentlich) nicht kontrolliert wird. Das ist dann der Fall, wenn

- der Konsument die Wirkungen der Werbung nicht durchschaut, wenn er gar nicht bemerkt, was mit ihm geschieht;
- der Konsument die Werbewirkung zwar durchschaut, sich gegen die Beeinflussung aber nicht wehrt, weil sie ihm gefällt;
- die Werbung zwanghaft wirkt. Die Wirkung tritt dann automatisch ein. Der Konsument kann sich dem Einfluss der Werbung nicht oder nur schwer entziehen".[85]

Anhand der Medienumwelt und diverser Umwelteindrücke konstruieren Konsumenten ihre subjektive Wirklichkeit (diese ist nämlich nicht objektiv gegeben).[86] Werbung und Medien sind „allgegenwärtig mit dem ‚konsumierbaren Leben' und suggerieren dem Verbraucher, daß es kein Bedürfnis gibt, das sich nicht mit Hilfe materieller Güter befriedigen läßt".[87] „Den Konsum treibende Bedürfnisse zu identifizieren, zu verändern, zu stabilisieren, zu verstärken und möglicherweise auch neue, bisher nur latent vorhandene menschliche Konsumbedürfnisse zu wecken" ist Aufgabe des kommerziellen Marketings.[88] Die Forschung in diesem Bereich ist noch relativ jung, hat jedoch in den letzten Jahren große Fortschritte gemacht, die erstaunliche Möglichkeiten der Manipulation von Verhalten, Denken und Wahrnehmung

[81] Vgl. Trommsdorff (2004), S. 303
[82] Schorn (2010), S. 11
[83] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 174
[84] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 98 und Trommsdorff (2004), S. 303
[85] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 684
[86] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 598f
[87] Vgl. Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000),S. 183
[88] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 52

umfassen.[89] Für einen Wissenschaftler sollte es in erster Linie darum gehen, „die durch Werbung entstehenden Beeinflussungen festzustellen, zu erklären und dazu beizutragen, dass die Macht nicht missbraucht wird".[90] Unter den Techniken im Bereich der nichtbewussten Beeinflussung von Konsumenten haben laut Schorn folgende drei Techniken besonderes Potential: das Priming, das evaluative Konditionieren und der Mere-Exposure-Effekt.[91] Auf die einzelnen Techniken im Detail einzugehen ist nicht Ziel dieser Arbeit.

Anzunehmen ist, dass Konsumenten hauptsächlich bei risikoreichen und bedeutsamen Kaufentscheidungen entsprechend involviert sind und ansonsten „in aller Regel den peripheren Weg der Informationsverarbeitung einschlagen", wobei sie „gewissen Schlüsselreizen erliegen", welche in beträchtlichem Maße von der Werbung bereitgestellt werden.[92]

2.1.5 Verbraucherpolitik

„Will man diese gesellschaftlichen Konsequenzen der durch die kommerzielle Werbung ausgelösten Verhaltensnormierung nicht akzeptieren, so kann man folgende politische Maßnahmen erwägen:

- bessere Aufklärung der Konsumenten,
- eine Missbrauchsgesetzgebung zur Ausschaltung von Werbung, die gesellschaftlich nachteilige Normen vermittelt,
- Forderung nach wirksamen Selbstkontrollinstanzen der Werbewirtschaft".[93]

Zumindest seit Beginn des 20. Jahrhunderts ist der Schutz des Konsumenten ein Thema.[94] Die Durchsetzung der Konsumenteninteressen zu gewährleisten ist Ziel der Verbraucherpolitik.[95] Scherhorn definiert Verbraucherpolitik als Summe aller „staatlichen oder staatlich geförderten Maßnahmen […], die darauf abzielen, das Ungleichgewicht zwischen Produzenten und Konsumenten zu mildern und dem Konsumenteninteresse zu angemessener Durchsetzung zu verhelfen".[96]

Verbraucherpolitik wird von einer Vielzahl von Institutionen betrieben, wovon auf europäischer Ebene die EU die wichtigste ist. „Die EU hat sich zum Ziel gesetzt, solche institutionellen Rahmenbedingen zu bieten, dass Verbraucher in Europa

[89] Vgl. zB Trommsdorff (2004), S. 305f und Schorn (2010), S. 3f
[90] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 631
[91] Für eine nähere Erläuterung der Techniken, vgl. Schorn (2010), S. 7ff und Trommsdorff (2004), S. 305f
[92] Vgl. Wiswede, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 47
[93] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 533
[94] Vgl. Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 36
[95] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 4
[96] Vgl. Scherhorn (1975), S. 121, zitiert nach: Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 687

möglichst ‚informierte' Konsumentscheidungen treffen können. Dabei geht es um den Schutz der Interessen, der Gesundheit und der Sicherheit der Verbraucher".[97]
Verbraucherpolitische Aufgaben, Ziele und Maßnahmen lassen sich (grob gesehen) einteilen in Verbraucherschutz, Verbraucherinformation und Verbraucheraufklärung.[98]
„Durch den Verbraucherschutz sollen die Konsumenten vor Schäden beim Einkauf und beim Verbrauch von Waren und Dienstleistungen geschützt und ihre Rechtsstellung im Wirtschaftsverkehr soll verbessert werden. Die Schäden können materieller oder immaterieller Art sein".[99]
In der wissenschaftlichen Diskussion sind die verbraucherpolitischen Ziele und Maßnahmen oft teils erheblicher Kritik ausgesetzt.[100] Wirksame verbraucherpolitische Maßnahmen, die den Konsumenten nicht überfordern, müssen „von den vorhandenen Verhaltensweisen der Konsumenten ausgehen und auf ihre angeborenen und erlernten Verhaltensmuster abgestimmt sein", sprich: die Konsumenten so sehen, wie sie wirklich sind.[101] Wie in Abschnitt 2.1.1 bereits angesprochen, geht von der europäischen Verbraucherpolitik häufig der Wunsch nach einem „sophisticated customer" aus. Eine sachliche Aufklärung und Information können die Verhaltensbeeinflussung der Konsumenten durch manipulative Techniken des Marketings nur schwerlich verhindern, zumal mittels jener Techniken oftmals automatische Verhaltensmuster ausgelöst werden, denen sich selbst gebildete, reflektierte und aufgeklärte Konsumenten kaum bis gar nicht entziehen können.[102]
Kroeber-Riel, Weinberg und Gröppel-Klein richten den Vorschlag an die Verbraucherpolitik, das Informationsangebot derart wirkungsvoll (mit starkem Aktivierungspotential) zu gestalten, sodass es hinreichend aktiviert und damit auf die reaktiven Verhaltensmuster des Publikums abgestimmt ist (so wie es im kommerziellen Marketing Usus ist), sonst wird das Informationsangebot nämlich nur mit erheblichem Wirkungsverlust an die Zielgruppen gebracht werden können.[103]

2.1.6 Kompensatorisches Verhalten und Kaufsucht

„Kompensation geschieht häufig in Form von Konsum".[104] Als kompensatorisch wird ein Kauf- und Konsumverhalten dann bezeichnet, wenn es darauf ausgerichtet ist Defizite zu kompensieren, die aus dem Nicht-Lösen ganz anderer Probleme entstanden sind.[105] Kompensiert werden sollen damit genauer gesagt Niederlagen, Frustrationen des Alltags, beruflicher Stress, private Enttäuschungen, vermisste eigene

[97] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 688
[98] Vgl. hierzu zB Trommsdorff (2004), S. 25 oder Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 689
[99] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 689
[100] Vgl. hierzu vor allem Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 690
[101] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 686 und 693
[102] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 691
[103] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 312f
[104] Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 179
[105] Vgl. Scherhorn/Reisch/Raab (1992), S. 4

Charakterzüge oder fehlende soziale Beziehungen bzw. Akzeptanz.[106] Verstärkt wird all dies zusätzlich durch ein beeinträchtigtes Selbstwertgefühl und medial konstruierte „Scheinwelten".[107] . „Durch die Vertuschung von Problemen findet eine kurzfristige Ablenkung und Stabilisierung statt".[108] „Ein subjektiv erlebter Mangel an Status, Kompetenz, Erfahrung und Erfolg kann zu einem gestörten Selbstwertgefühl und im Ergebnis zu kompensatorischen Verhaltensweisen mittels Gütersymbolen führen".[109] Bleibt der Fokus von Konsumleitbildern auf materiellen Waren, verarmen dadurch soziale Beziehungen und psychische Krankheiten sind die Folge, wie psychologische Forschungen nachweisen konnten.[110] Problematisch wird es dann, wenn die Tätigkeit des Kaufens das Selbstwertgefühl definiert und infolgedessen die eigene Wertschätzung weitestgehend von der Anschaffung von Konsumgütern abhängig gemacht wird, anstatt von sozialen Verknüpfungen und der Anerkennung Dritter. „Das Gut wird dann nicht um seines Gebrauchswertes willen gekauft, sondern um der Befriedigung willen, die der Kaufakt selbst dem Käufer verschafft und zugleich in der Erwartung, dass diese Befriedigung einen Ausgleich für die Frustration bieten möge, die durch das unbewältigte Problem hervorgerufen wurde".[111] Es handelt sich hierbei quasi um unterbewusste Selbsthilfe, oder anders ausgedrückt: man meint, die innerlich verspürte Leere mittels Kauf von Waren ausfüllen zu können.[112] Kaufsuchtgefährdung ist in diesem Sinne ein ausgeprägtes, extensives und intensives kompensatorisches Konsumverhalten.[113] Kompensatorisches Kauverhalten kann also mitunter zu Kaufsucht führen, wobei die Übergänge fließend sind. „Süchtiges Einkaufs- und Konsumverhalten geht auf zwanghafte Motivation der Konsumenten zurück". [114] Genauer gesagt ist Kaufsucht ein „unkontrolliertes, zwanghaftes Kaufverhalten, das wiederholt zur Problemverdrängung eingesetzt wird".[115] Kaufsuchterkrankungen verbreiten sich zunehmend in unserer Gesellschaft und weisen typische Merkmale eines Suchtverhaltens auf, wie stetige Dosierungssteigerungen, Sucht- und Entzugserscheinungen.[116] Zugleich haben Betroffene Angstgefühle, zeigen gestörtes Sozialverhalten, depressive/destruktive Einstellungen und körperliche Stress-Symptome.[117]

---

[106] Vgl. Fries/Göbel/Lange (2007), S. 167 und Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 178

[107] Vgl. Kollmann/Unger (2010), S. 11f

[108] „Konsum von Waren ist dann nur noch eine Ersatzhandlung für nicht befriedigte Bedürfnisse". Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 179f

[109] Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 179

[110] Vgl. Scherhorn (2005), S. 4; Anmerkung: „Mit materiellen Gütern ist alles gemeint, was aus Materie besteht oder/und für Geld erworben wird. Gekaufte Dienstleistungen erfüllen die erste Bedingung nicht, wohl aber die zweite, und können deshalb materiell genannt werden". Scherhorn, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 286

[111] Scherhorn/Reisch/Raab (1992), S. 4

[112] Vgl. Fries/Göbel/Lange (2007), S. 167

[113] Vgl. Kollmann (2008), S. 9

[114] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 202

[115] Kurzfristig wird zwar das Selbstwertgefühl gesteigert, langfristige Folgen sind die Problemrückkehr und Schuldgefühle. Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 449

[116] Vgl. zB Fries/Göbel/Lange (2007), S. 167 und Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 180

[117] Scherhorn (2005), S. 4

Mittlerweile ist in der Glücksforschung die Erkenntnis vorherrschend, dass das „wirkliche Glück im Leben nicht durch materielle Güter und Steigerung des Wohlstandes usw., sondern durch selbstbestimmtes und kompetentes Tätigsein und durch reichhaltige zwischenmenschliche Beziehungen und Gemeinschaftserleben“ zu erlangen sei.[118]

2.1.7 Zur Rolle des Sozialkapitals

Sozialkapital ist nicht gleichzusetzen mit Humankapital. Humanvermögen bzw. Humankapital ist aus haushaltsökonomischer Sicht nicht lediglich das über die Erwerbszeit diskontierte Geldeinkommen einer Person, sondern es beinhaltet alle humanen Ressourcen der Lebensgestaltung, also Arbeits- und Konsumfähigkeiten, Haushaltsführungskompetenzen und Erwerbsqualifikationen, sowie die Fähigkeiten zu lieben, zu spielen und Freude zu empfinden“.[119] Der Begriff des Humankapitals definiert sich allgemein betrachtet aus den Kenntnissen, Fertigkeiten, Kompetenzen und Eigenschaften, die von Einzelpersonen verkörpert werden und die das persönliche, soziale und wirtschaftliche Wohlergehen fördern, während Sozialkapital Netze und die Teilhabe am öffentlichen Leben umfasst, sowie gemeinsame Normen, Werte, Kultur, Verhaltensweisen und Gepflogenheiten, Vertrauen und Verständnis, welche die Zusammenarbeit in bzw. zwischen Gruppen in Hinblick auf die gemeinsamen Ziele erleichtern.[120] Der Europäische Rat beschloss im Juli 2003 durch den Aufbau von Sozial- und Humankapital mittels Humankapitalinvestitionen und anderen Maßnahmen zur Förderung von sozialem Zusammenhalt und Gleichstellung eine wissensbasierte Informationsgesellschaft für alle zu schaffen.[121] Der Begriff des „Sozialkapitals“ etablierte sich in der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts in der Sozialwissenschaft, wo man zu der Einsicht gelangte, dass das soziale Wirkungsgefüge für das Funktionieren einer Gesellschaft ebenso maßgebend sei, wie das Humankapital oder gar das Finanzkapital.[122] Weiters definiert sich die ökonomisch gefärbte Begrifflichkeit als nutzenbringender Zusammenhalt innerhalb und zwischen Sozietäten, womit angedeutet wird, dass hinter ökonomischen, politischen und sozialen Errungenschaften einer Gesellschaft die gebündelten Kräfte einer sozialen Gemeinschaft stehen.[123] Jene Kräfte beruhen im Kern auf den traditionellen Vorstellungen von sozialem Zusammenhalt, von Solidarität und Gemeinschaftssinn.[124] Da für lange Zeit trotz akademischer Debatten und empirischer Sozialforschung keine einheitliche Definition von Sozialkapital existierte und allgemein anerkannte

[118] Vgl. Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 183
[119] Piorkowsky, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 201
[120] Definition der ESDIS. Vgl. Europäischer Rat (2003), S. 6
[121] Vgl. Europäischer Rat (2003), S.3f
[122] Vgl. Gehmacher (2009), S. 105
[123] Vgl. Radinger (2005), S. 317f
[124] Vgl. Gehmacher (2003), S. 104

Messverfahren fehlten, brachten die globalen Organisationen OECD und Weltbank mit ihrer Initiative zur Förderung der Gemeinschaftlichkeit den Begriff in breiteren Umlauf und initiierten ein Projekt zu dessen Messung.[125]
„Die OECD definiert Sozialkapital genauer als das System sozialer Bindungen (ties) einer Sozietät mit den Bindungskräften der gemeinsamen Normen (norms) und des wechselseitigen Vertrauens (trust)".[126] Es wurde von den internationalen Gemeinschaften angestrebt, diese verwertbare soziale Energie wissenschaftlich fundiert messbar zu machen, um sie als Instrument für Marktwirtschaft und Demokratie nutzen zu können.[127] Ausgehend von einer Empfehlung der OECD sahen sich die Regierungen der Mitgliedsstaaten dazu aufgefordert, die Faktoren Human- und Sozialkapital nachhaltig zu bewahren und zu fördern.[128]
Eine Sondierungsstudie im Rahmen einer Sekundärauswertung österreichischer PISA-Daten aus dem Jahre 2000 untersuchte den Einfluss von Sozialkapital auf die schulische Leistung und kam zu dem Resultat, dass Human- und Sozialkapital einander verstärken.[129] Mittlerweile gelangte die einschlägige Forschung zu der Erkenntnis, dass „eine messbare Größe der sozialen Verbundenheit und Organisiertheit von nationalen und regionalen Gesellschaften einen bedeutenden Beitrag zu Wirtschaftswachstum, politischer Partizipation und Gesundheit leistet".[130]
Ein Blick zurück in die Geschichte verdeutlicht die Wirksamkeit von Sozialkapital anhand des Erfolges von Entwicklungshilfe: bei ausreichend vorhandenem Sozialkapital reichte in der Regel die Ausweitung der schulischen Ausbildung und Finanzierung von Investitionen aus, um den Wirtschaftsmotor einer Volkswirtschaft anzukurbeln. War soziales Kapital allerdings nur mangelhaft vorhanden, zeigten weder Finanzinvestitionen noch bereitgestelltes Knowhow ihre gewünschte Wirkung.[131]

[125] Vgl. Gehmacher (2004), zitiert nach Radinger (2005), S. 318
[126] Radinger (2005), S. 317
[127] Vgl. Gehmacher (2009), S. 104
[128] Vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2003), zitiert nach Radinger (2005), S. 317
[129] Vgl. Radinger (2005), S. 316ff
[130] Vgl. Gehmacher (2003), S. 312
[131] Vgl. Radinger (2005), S. 318

2.2 Empirische Sozialforschung: theoretische Grundlagen

Im Folgenden sollen die Methoden und Instrumente zur Erhebung und Auswertung des Forschungsmaterials vorgestellt werden.
Zu Beginn der Pilotstudie steht die Entscheidung zwischen einer empirischen und einer nicht-empirischen Vorgehensweise. Ein empirischer Ansatz bedeutet, „Erfahrungen über die Realität zu sammeln, zu systematisieren und diese Systematik auf den Gegenstandsbereich der [...]-Wissenschaft anzuwenden“, wobei das Vorgehen intersubjektiv nachvollziehbar dokumentiert werden muss, sodass auch andere es vom Prinzip her reproduzieren können.[132] Dem gegenüber steht die nicht-empirische Forschung, in der man „einen singulären Sachverhalt aufgrund eigener Erfahrung und des theoretischen, allgemeinen Wissens einer Wissenschaft“ verstehen und systematisch einordnen soll. [133]

Eine nicht-empirische Herangehensweise kommt dementsprechend für die Beantwortung der Forschungsfragen nicht in Betracht, da es zum Forschungsthema dieser Arbeit schlicht keine aktuellen empirischen Auseinandersetzungen gibt. Es ist beim genannten Forschungsinteresse sinnvoller, „formulierte Annahmen an spezifischen Wirklichkeiten“[134] zu überprüfen.
Zur detaillierten Begründung für die Wahl der empirischen Sozialforschung sollte an dieser Stelle Peter Atteslanders Definition von eben dieser zitiert werden, um die Sinnhaftigkeit jener Entscheidung zu unterstreichen: „Empirische Sozialforschung ist systematische Erfassung und Deutung sozialer Tatbestände“.[135]
Diese Definition bleibt jedoch solange unverbindlich, bis nicht folgende Fragen beantwortet sind:[136]

„1. Was bedeutet empirisch?
2. Was bedeutet systematisch?
3. Was sind soziale Tatbestände?“[137]

Der Terminus „empirisch“ lässt sich am besten mit „erfahrungsgemäß“ beschreiben. Wir machen Erfahrungen, nehmen die Umwelt wahr. Empirische Sozialforschung beruht somit auf erlebten Erfahrungen, nicht auf vorgegebenen theoretischen Auseinandersetzungen.[138]
„Systematisch“ bedeutet, dass die Forschung nach bestimmten Regeln und Verhaltensmustern ablaufen muss. „Der gesamte Forschungsverlauf muss nach

[132] Vgl. Brosius/Koschel/Haas (2009), S. 18
[133] Vgl. Brosius/Koschel/Haas (2009), S. 18
[134] Atteslander (2006), S. 4f
[135] Atteslander (2006), S. 3
[136] Vgl. Atteslander (2006), S. 3
[137] Atteslander (2006), S. 3
[138] Vgl. Atteslander (2006), S.3

bestimmten Voraussetzungen geplant und in jeder einzelnen Phase nachvollziehbar sein“.[139]
„Soziale Tatbestände“, die im Rahmen der empirischen Sozialforschung untersucht werden können, sind „beobachtbares menschliches Verhalten, von Menschen geschaffene Gegenstände sowie durch Sprache vermittelte Meinungen, Informationen über Erfahrungen, Einstellungen, Werturteile, Absichten“.[140]
Insgesamt bietet die empirische Sozialforschung also die besten Rahmenbedingungen, um zum Beispiel Fragen wie die nach der Einschätzung des eigenen Konsumverhaltens und das von anderen Personen oder Fragen zur Beachtung von speziellen Gütezeichen beantworten zu können: Die Erfahrungen und Meinungen sowie das spezielle Verhalten der Grundgesamtheit zu gewissen Themenblöcken wie etwa Konsum, Suffizienz und Umweltschutz oder die Bewertung von Haltbarkeit und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern können methodenorientiert überprüft und in Folge analysiert werden.

2.2.1 Erfassungsinstrumente für die Datenerhebung

Begründet durch die Erklärung zur Definition der empirischen Sozialforschung nach Atteslander stehen also folgende Erfassungsinstrumente für die Datenerhebung zur Verfügung: Beobachtung, Experiment, Befragung und Inhaltsanalyse.[141]

2.2.1.1 Beobachtung

Die Beobachtung als empirisches Erfassungsinstrument bietet viele Einsatzmöglichkeiten.
„Beobachtungsstudien […] können sinnlich wahrnehmbares soziales Verhalten erfassen“[142], was sicherlich für die Beantwortung einiger Fragen, die sich in dieser Forschungsarbeit stellen, interessant wäre. Doch wie auch immer vorgegangen werden würde – „strukturiert mit einem Beobachtungsschema oder vollkommen unstrukturiert anhand von Leitfragen“, „verdeckt ohne das Wissen der Beobachteten oder offen mit dem Risiko auf unnatürliches Verhalten seitens der Beobachteten“, mit aktiver oder passiver Teilnahme des Forschers – so könnte doch nur ein Bruchteil des zu untersuchenden Erkenntnisinteresses behandelt werden.[143]
Die Beobachtung als empirisches Instrument findet ihren Einsatz eher in der Sozialanthropologie, „bei der Untersuchung (noch) unbekannter komplexer Kulturen und Lebenswelten […], deren Sprache den Forschern häufig nicht geläufig ist“, sowie in „Situationen, in denen entweder eine Befragung nicht möglich oder nur wenig

[139] Atteslander (2006), S. 3
[140] Vgl. Atteslander, (2006), S. 3
[141] Anmerkung: „Unter Messen versteht man, allgemein gesagt, das systematische Beobachten und Aufzeichnen von empirischen Sachverhalten, also die Datenerhebung“. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 237
[142] Atteslander (2006), S. 72
[143] Vgl. Atteslander (2006), 80ff

Erfolg versprechend ist“.[144]

Weder die Hauptforschungsfrage dieser Arbeit, noch der Großteil des Erkenntnisinteresses ließe sich mit Hilfe des Instruments „Beobachtung“ beantworten.

2.2.1.2 Experiment

Ebenso kritisch sollte man dem Experiment als Erhebungsinstrument gegenüber stehen. Atteslander sieht im Experiment im Gegensatz zu Befragung und Beobachtung drei Vorteile:

1. „Ein Experiment bietet die Möglichkeit, Versuchspersonen und -gegenstände in einen ´künstlich´ gestalteten Prozess einzufügen und somit soziale Zusammenhänge unter (ständiger) Kontrolle darzustellen oder zu reproduzieren.
2. In einem Experiment können ´Extremsituationen´ konstruiert und die jeweiligen Hypothesen unter strengen Prüfbedingungen getestet werden.
3. Das Experiment – nach naturwissenschaftlichem Vorbild – gilt als die sicherste Methode der empirischen Sozialforschung, Kausalbeziehungen im Bereich sozialer Phänomene festzustellen“.[145]

Was der erste und dritte Vorteil vermuten lassen, wird im zweiten offen angesprochen: Das Experiment eignet sich für Forschungen, in denen es um die Verifizierung, respektive Falsifizierung von Hypothesen geht. Somit fällt auch das Experiment als Erhebungsinstrument weg, da es in dieser Arbeit weniger um Verifizierung oder Falsifizierung geht, sondern vielmehr um die Darstellung und Bewertung von Verhalten sowie die Einstellung und Meinungen der Probanden zu bestimmten konsumbezogenen Themen.

Somit bleiben die Befragung und die Inhaltsanalyse als beste Erhebungsinstrumente.

2.2.1.3 Befragung

Mit der Befragung eröffnet sich ein weites und vor allem ein den meisten bekanntes Anwendungsfeld. „Eine Partei möchte wissen, mit wie vielen Stimmen sie bei der nächsten Wahl rechnen kann. Ein Unternehmer möchte wissen, wie seine Produkte beim Käufer ankommen. Was liegt näher, als den Menschen diese Fragen zu stellen?“.[146]

Atteslander unterscheidet zwischen folgenden Befragungstypen:

[144] Vgl. Atteslander (2006), S. 73
[145] Atteslander (2006), S. 166
[146] Atteslander (2006), S. 101

- Befragung in Gruppen
- Leitfaden-Befragungen
- Narratives Interview
- Befragung mit Fragebogen

Bei der Befragung in Gruppen wird zwischen drei Möglichkeiten unterschieden: zum einen gibt es die Gruppenbefragung, bei der „ein Fragebogen in Gruppensituation unter Anwesenheit eines Forschers beantwortet wird“.[147] Weiters besteht die Möglichkeit eines Gruppeninterviews, wobei offene Fragen in einer Gruppe beantwortet werden.[148] Die dritte Möglichkeit ist die Gruppendiskussion. Hierbei wird ein Thema vorgegeben, der Forscher greift nicht ein, sondern befindet sich in der Beobachterrolle. Es werden lediglich Fragen in die Runde gegeben, wenn die Diskussion droht abzuebben.[149]
Bei Leitfaden-Befragungen, auch teilstrukturierte Befragung genannt, werden nur Einzelpersonen befragt. Es wird hierbei zwischen Leitfadeninterview und Experteninterview unterschieden. Das Leitfadeninterview eignet sich laut Atteslander besonders dann, wenn „es beispielsweise darum geht, besondere individuelle Erfahrungen zu eruieren“.[150] „Kennzeichnend für Leitfadeninterviews ist, dass ein Leitfaden mit offen formulierten Fragen dem Interview zu Grunde liegt. Auf diese kann der Befragte frei antworten. Durch den konsequenten Einsatz des Leitfadens wird einmal die Vergleichbarkeit der Daten erhöht und zum anderen gewinnen die Daten durch die Fragen eine Struktur. Der Leitfaden dient als Orientierung bzw. Gerüst und soll sicherstellen, dass nicht wesentlich Aspekte der Forschungsfrage im Interview übersehen werden“.[151]
Beim Experteninterview geht es im Gegensatz dazu nicht um eine individuelle Person, sondern um einen eine Gruppe repräsentierenden Experten.[152] Als Experte gelten „spezifische, für das Fach- und Themengebiet als relevant erachtete Akteure“[153], für medizinische Themen also einen Angehörigen des Gesundheitswesens, für rechtliche Fragen zum Beispiel einen Juristen.
Das narrative Interview findet dagegen ohne Fragebogen oder Leitfaden statt.[154] Ob das narrative Interview als Interview im eigentlichen Sinne zu bewerten ist, ist fraglich, da der Forscher lediglich einen Anstoß zur „Erzählung eigenerlebter Geschichten“ geben und dann diese Erzählung durch Zwischenfragen nicht weiter unterbrechen soll.[155] Zu einem repräsentativen Ergebnis für diese Diplomarbeit würde

[147] Vgl. Atteslander (2006), S. 131
[148] Vgl. Atteslander (2006), S. 131
[149] Vgl. Atteslander (2006), S. 131
[150] Vgl. Atteslander (2006), S. 132
[151] Mayer (2008), S. 39
[152] Vgl. Mayer (2008), S. 40
[153] Bogner/Menz, in: Bogner/Littig/Menz (2005), S. 7
[154] Vgl. Atteslander (2006), S. 133
[155] Vgl. Atteslander (2006), S. 133

diese Methode nicht führen, denn sie ist zu speziell und basiert auf der Erfahrung einer individuellen Person. Es ist auch anzunehmen, dass durch das Verbot von Zwischenfragen der Befragte sich nicht zu den spezifisch wichtigen Themen äußert, da er dazu nicht aufgefordert werden darf.

Die Befragung mit Fragebogen scheint die beliebteste Art der Erhebung zu sein, nicht nur bei Forschern, sondern auch zum Beispiel bei Unternehmen, die ein Feedback von ihren Kunden wünschen.[156]

Augenscheinlich ist der Fragebogen die einfachste Methode der Datenerhebung, doch es braucht viel Wissen und Geduld, bis man einen Fragebogen so konzipiert hat, dass er am Ende forschungsrelevante und vor allem valide Ergebnisse liefert. „Wer sich mit Fragebogen und der Konstruktion von Fragebogen beschäftigt, findet in der Literatur häufig zwar teilweise recht bemühte, aber oft sehr empiristische, sehr punktuelle, nicht verallgemeinerbare und schließlich auch von Fall zu Fall schlicht banale ´Ratschläge´: Fragen sollen kurz sein, konkret, eindeutig, sie sollten den Befragten nicht überfordern, usw., usw.“.[157] Man unterscheidet hierbei auch zwischen geschlossenen, halboffenen und offenen Fragen, wobei die Regel gilt: je offener die Frage, desto einfacher gestaltet sich die Formulierung dieser, jedoch desto schwieriger gestaltet sich die Auswertung.[158] Hält man sich an geschlossene Fragen, so kann man auf verschiedene Skalenniveaus zurückgreifen, die dem Forscher in der Phase der Auswertung mit Hilfe statistischer Mittel, wie die Benutzung der Software SPSS oder einer einfachen Excel-Tabelle, schnelle Ergebnisse liefern. Solche Skalenniveaus sind zum Beispiel die Nominalskala, die einfache Entweder-Oder-Fragen beinhaltet, oder die Ordinalskala, bei der es darum geht, dass der Befragte die zur Auswahl stehenden Antwortmöglichkeiten in eine für ihn passende Reihenfolge bringt, wenn für ihn also zum Beispiel „bestimmte Ausprägungen formal ´mehr Wert´ sind“ als die anderen genannten.[159]

2.2.1.4 Inhaltsanalyse

Das letzte von Atteslander vorgestellte Erhebungsinstrument ist die Inhaltsanalyse. „Inhaltsanalytische Verfahren sind aus der empirischen Sozialforschung nicht mehr wegzudenken […]. Ob die Antworten aus offenen Fragen in der Umfrageforschung, die Texte von Nachrichtensendungen, Zeitungsartikeln oder Intensivinterviews zu analysieren sind, immer kommen inhaltsanalytische Verfahren zum Einsatz“.[160] Nach Merten ist die Inhaltsanalyse eine „Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit“.[161]

[156] Vgl. Porst (2009), S.10f
[157] Porst (2009), S. 12
[158] Vgl. Pratzner (2010a), o. S.
[159] Vgl. Pratzner (2010b), o. S.
[160] Atteslander (2006), S. 181
[161] Vgl. Merten (1995), S. 15

Ob der Forscher dabei nun quantitativ oder qualitativ vorgeht, hängt davon ab, welche Inhalte er vor sich hat und welche Vorgehensweise für seine Fragestellungen vorteilhafter ist.
Nach der Auseinandersetzung mit den vorhandenen Erhebungsmodellen, die zur Verfügung stehen, fiel die Wahl auf eine Methodentriangulation, bestehend aus einem Leitfadeninterview mit einem integrierten standardisierten Fragebogen.

2.2.2 Qualitativ versus Quantitativ – Die Methodentriangulation als Lösungsansatz

„Wenn SoziologInnen eine sie theoretisch interessierende Frage mithilfe von Erfahrungsdaten beantworten wollen, müssen sie wissen, ob sie quantitative, qualitative oder beide Methodenarten heranziehen müssen“.[162] Prinzipiell bedeutet „qualitativ versus quantitativ“ nichts anderes als „entdecken versus überprüfen“.[163] Während es bei qualitativen Verfahren darum geht, „empirische Beobachtungen über wenige, ausgesuchte Merkmale systematisch mit Zahlenwerten“ zu belegen und sie „auf einer zahlenmäßig breiten Basis“ zu sammeln, sollen qualitative Verfahren „ein komplexes Phänomen in seiner ganzen Breite“ beschreiben. [164] Vor allem hierzulande gibt es vornehmlich die Überlegung, dass Forschung nur das eine oder das andere sein kann und dass man qualitative und quantitative Methoden zwei verschiedenen Methodenparadigmen zuordnen muss.[165] Das Verwenden des Begriffs „Paradigma“ lässt vermuten, dass es sich bei den beiden Herangehensweisen um zwei „grundlegend inkompatible Denkweisen und Weltansichten handelt“.[166] Grundsätzlich scheint dies so, weil augenscheinlich die beiden Methodenarten mit verschiedenen Erkenntniszielen verbunden sind.[167]
„Bei der quantitativen Forschung handelt es sich um ein zielorientiertes Verfahren mit dem Ziel, eindeutige Aussagen über die Beziehung zwischen verschiedenen Variablen zu machen. Bei diesem Ansatz geht man davon aus, dass sich Differenzen, die sich durch vereinzelte Schwankungen oder zufallsbedingt ergeben können, bereinigen lassen, wenn nur ausreichend viele Testpersonen untersucht werden. Das Ziel der Sammlung von quantitativen Daten ist es, die Verlässlichkeit der Ergebnisse zu maximieren und so die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass dasselbe Ergebnis auch bei Folgeuntersuchungen zu beobachten sein wird“.[168]„Bestehende Theorieaussagen stehen in quantitativen Methoden bereit, um konkrete Hypothesen über einen interessierenden sozialen Sachverhalt aufzustellen, die mithilfe von Variablen überprüft werden können. Qualitative Ansätze zielen dagegen auf die Entdeckung

[162] Brüsemeister (2008), S. 9
[163] Vgl. Brüsemeister (2008), S. 9
[164] Vgl. Brosius/Koschel/Haas (2009), S. 19f
[165] Vgl. Kelle/Erzberger, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 299
[166] Vgl. Kelle/Erzberger, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 299
[167] Vgl. Brüsemeister (2008), S.9
[168] Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 48

(Generierung) von Theorieaussagen anhand empirischer Daten“.[169]
„Die qualitative Forschung verfolgt die Absicht, ein umfassendes Wissen über die verschiedenen Aspekte des Konsumentenverhaltens zu gewinnen, Ideen für zukünftige Untersuchungen zu entwickeln oder Vermutungen über bestimmte Phänomene zu belegen“.[170] Im Rahmen der Konsumentenforschung sind in die Tiefe gehende Untersuchungen mit einigen wenigen Konsumenten üblich, um zu ergründen, warum diese so fühlen und handeln, usw.[171]
Quantitative Forschung und qualitative Forschung scheinen somit unvereinbar. Es existieren jedoch schon länger Überlegungen und Arbeiten, in denen über die Vereinbarkeit der beiden Methodenarten diskutiert wird, ebenso wie bereits in der Forschungspraxis die Methodentriangulation angewandt wird.[172] So können beispielsweise „interpretative ´qualitative´ Verfahren (wie Gruppendiskussion) oder nicht standardisierte Interviews mit standardisierten ´quantitativen´ Methoden zu gemeinsamen Untersuchungsdesigns verbunden“ werden.[173]

Hierbei gibt es die weniger verbreitete Möglichkeit, Methoden selbst zu kombinieren, also zum Beispiel ein Textstück erst inhaltlich, dann statistisch, wie durch das Zählen bestimmter Wörter oder Phrasen, zu untersuchen.[174] Populärer ist die Vorgehensweise, „qualitative und quantitative Erhebungs- und Auswertungsschritte parallel in einem Forschungsprojekt mit jeweils eigenen Datensätzen“ durchzuführen, um im Anschluss die daraus resultierenden Ergebnisse miteinander zu vergleichen.[175] Diese Vorgehensweise wird auch als „Between-Method-Triangulation“ bezeichnet.[176]

Basierend auf diesen Erklärungen kann man nun zu dem Schluss kommen, dass quantitative und qualitative Methodenarten keineswegs inkompatibel sind, sondern einander unterstützen können, und somit eine Vermischung beider für diese Forschungsarbeit vorteilhaft ist.

Das qualitative Leitfadeninterview wird mit der qualitativen Inhaltsanalyse, die Fragen aus dem integrierten quantitativen Fragebogen mittels Excel-Tabelle durch das Festlegen und Codieren der relevanten Ausprägungen ausgewertet.

2.2.3 Vorgehensweise bei der Datenerhebung und -auswertung

Es folgt eine überblicksartige theoretische Auseinandersetzung mit der angemessenen wissenschaftlichen Vorgehensweise bei der Datenerhebung und –auswertung für die

[169] Brüsemeister (2008), S.9
[170] Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 43
[171] Vgl. Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 43
[172] Vgl. Kelle/Erzberger, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 299f
[173] Vgl. Kelle/Erzberger, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 300
[174] Vgl. Kelle/Erzberger, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 300
[175] Vgl. Kelle/Erzberger, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 300
[176] Vgl. Flick, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 313

Pilotstudie, beginnend bei der Erstellung eines Interview-Leitfadens.

2.2.3.1 Erstellung eines Interview-Leitfadens

„Bei der Erstellung der Themenkomplexe für den Leitfaden sollte immer wieder die der Untersuchung zu Grunde liegende Problemstellung Berücksichtigung finden. Ein ´schrankenloses´ Informationsinteresse führt zur Produktion unrealistisch langer Leitfaden und verstärkt die Tendenz zum Abhaken von Themengebieten“.[177] Informationen können so verloren gehen oder gar von vorneherein blockiert werden.[178] Nebenbei droht eine unübersichtliche Menge von Datenmaterial, in der sich der Forscher bei der Auswertung nicht mehr zurecht finden könnte.[179] Jedoch sollte der Leitfaden auch nicht zu knapp gehalten werden. „Der Fragebogen sollte Themenkomplexe […] beinhalten, denen Nachfrage-Themen […] zugeordnet sind. Dies entlastet den Interviewer und erleichtert die spätere Vergleichbarkeit“.[180]
„Vor Beginn der eigentlichen Befragung ist es wichtig, den Leitfaden in Probeinterviews zu testen (Pretest)“.[181]
Ein solcher Pretest (n=5) erbrachte im Falle dieser Arbeit, dass einige Fragen zu unpräzise gestellt worden waren und eine Überarbeitung dieser von Nöten war. Die überarbeiteten Fragen fanden ihren Weg zurück in den Fragebogen.

2.2.3.2 Durchführung des Leitfadeninterviews

Im Verlaufe der Befragung ist es ratsam, ein Tonbandgerät mitlaufen zu lassen, sofern der Befragte damit einverstanden ist.[182] Der Interviewer kann sich dadurch auf die Befragung konzentrieren und ist somit nicht durch etwaiges Skizzieren der Antworten der Befragten abgelenkt. „Der Interviewer muss sein Gegenüber ernst nehmen und sich wirklich für dessen Aussagen interessieren“.[183] Verbal soll sich der Interviewer in der Antwortphase seines Gegenübers zurückhalten, doch nonverbal kann er durch Blickkontakt oder ein freundliches Nicken Interesse am Gesagten kommunizieren.[184] Die Umgebung sollte so gewählt werden, dass sich der Befragte wohl und ungestört fühlt, sodass er seinen Gedanken freien Lauf lassen kann.[185]

Sämtliche angesprochenen Punkte sollen im gesamten Verlauf der geführten Interviews ihre explizite Berücksichtigung finden.

[177] Mayer (2008), S. 44
[178] Vgl. Mayer (2008), S. 44
[179] Vgl. Mayer (2008), S. 44
[180] Mayer (2008), S. 45
[181] Mayer (2008), S. 45
[182] Vgl. Mayer (2008), S. 47
[183] Skora (2004), S. 13
[184] Vgl. Skora (2004), S. 13
[185] Vgl. Skora (2004), S. 13

2.2.3.3 Auswertung der Leitfadeninterviews

„Bei der qualitativen Inhaltsanalyse handelt es sich um eine spezifische qualitative Auswertungstechnik und damit um eine konkrete Untersuchungsmethode im Rahmen qualitativer Forschung“.[186]
Was bei jeder Inhaltsanalyse geschieht, ist folgendes: Inhalte werden von ihrer Komplexität befreit, indem man sie zusammenfasst und dabei die relevanten Inhalte zur Beantwortung von Forschungsfragen behält, die irrelevanten jedoch ausschließt. Diverse Informationen gehen dabei notwendigerweise verloren, doch sind es nur jene, die nicht dem Forschungsinteresse dienen.[187]
Eine häufig genannte Methode zur Auswertung von Leitfadeninterviews ist die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring.[188] Mayring unterscheidet vier Vorgehensweisen der qualitativen Inhaltsanalyse, von denen sich zwei für diese Forschungsarbeit als äußerst nützlich in den Vordergrund drängen: In der „zusammenfassenden Inhaltsanalyse“ wird (wie oben erwähnt) Forschungsmaterial auf seine wesentlichen Inhalte reduziert, wobei dem Forscher unnütz erscheinende Passagen ausgelassen und lange Passage gebündelt oder generalisiert werden und dem Forschungsinteresse entsprechend selektiv vorgegangen wird.[189] „Zusammenfassende Inhaltsanalysen bieten sich immer dann an, wenn man […] an der inhaltlichen Ebene des Materials interessiert ist und eine Komprimierung zu einem überschaubaren Kurztext benötigt“.[190]
Eine Weiterführung der zusammenfassenden Inhaltsanalyse stellt die „induktive Inhaltsanalyse“ dar. Hierbei werden die Reduktionen der zusammenfassenden Inhaltsanalyse genutzt, um Kategorien zu entwickeln.[191] Solche Kategorien eignen sich gut zur Auswertung einerseits, zu einer grafischen Darstellung durch Tabellen oder Diagramme andererseits. Als Beispiel zur veranschaulichenden Darstellung werden an dieser Stelle die „subjektiv wahrgenommenen Nachteile bei der Abwicklung von Online-Bestellungen“ gewählt: Eine solche zusammenfassende Kategorie könnten zum Beispiel Aussagen wie „man kann die Ware vor dem Kauf nicht mit eigenen Augen sehen“ und „ich kaufe quasi die Katze im Sack, da ich mich nicht persönlich von der Qualität überzeugen kann“ bilden. Die sich anbietende Kategorie dazu wäre „Fehlende Begutachtungsmöglichkeit der Ware vor dem Kauf“. Unter Berücksichtigung von verschiedenen Merkmalen wie Geschlecht, Alter, Lebenssituation und Bildungsniveau der Probanden lassen sich im weiteren Verlauf Rückschlüsse auf diese Aussagen ziehen.[192]

[186] Gugenheimer (2005), S. 44
[187] Vgl. Früh (2007), S. 42
[188] Vgl. zB. Früh (2007), S. 68 und Schmidt, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 447
[189] Vgl. Mayring, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 472
[190] Mayring, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 472
[191] Vgl. Mayring, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 472
[192] Vgl. Mayring, in: Flick/Kardorff/Steinke (2000), S. 473

2.2.3.4 Der standardisierte Fragebogen

Wie weiter oben erwähnt gibt es viele „Ratschläge“ zur Erstellung eines standardisierten Fragebogens, die oftmals als zu verallgemeinernd abgetan werden. Dennoch sollten einige Gedanken dazu keinesfalls außer Acht gelassen werden:

- Die Formulierung der Fragen sollte klar und einfach sein, sie müssen für den Befragten klar verständlich sein.
- Die Fragen, beziehungsweise Aussagen, die getätigt werden, sollen nicht zu kompliziert sein, zum Beispiel keine doppelte Verneinung enthalten.
- Der Fragenkatalog sollte das Forschungsinteresse abdecken.[193]

Die Fragen müssen auch operationalisiert werden, das heißt, es müssen entsprechende Merkmale zugeordnet werden.[194] Dies ist bei Variablen wie Alter oder Geschlecht einfach, bei Fragen nach Vorlieben, Erfahrungen und ähnlichem jedoch durchaus kompliziert.[195] „Diese müssen nach einer Definition dimensional aufgelöst werden“[196], oder werden der Einfachheit halber, wie in dieser Arbeit, einfach zur inhaltlichen Analyse ins Leitfaden-Interview gegeben, wobei jedoch Antworten zu Fragen nach Vorlieben auch durchaus mittels einer Ordinalskala nach Schulnotensystem verwertet werden können.
Nach der Datenerhebung erfolgt die Auswertung der Fragebögen. Hierfür werden die Antworten codiert, d.h. ihnen werden Zahlen zugeordnet (Männlich: 1, Weiblich: 2). Diese Daten werden dann EDV-gestützt weiter verwertet.[197] Die Entstehung der jeweiligen Ausprägungen und die Verwendung von Skalenniveaus wurde bereits im vorhergehenden Abschnitt erklärt.

In der Fachliteratur wird immer wieder auf die Irrtumswahrscheinlichkeit und deren Berechnung im Verlauf der Auswertung von standardisierten Fragebögen hingewiesen. Dies liegt daran, dass meist von Hypothesen und deren Verifizierung, bzw. Falsifizierung im Rahmen einer solchen Vorgehensweise ausgegangen wird.[198] Im Falle dieser Diplomarbeit geht es jedoch nicht um eine solche Bewertung von Hypothesen. Es geht um die Feststellung der Präferenzen, Interessen, Einstellungen und Meinungen der Probanden, weshalb im Auswertungsteil Schlüsse aus den erhobenen Antworten gezogen werden sollen. Daher wird auch das Thema „Irrtumswahrscheinlichkeit“ in diesem Fall nicht berücksichtigt.

[193] Vgl. Mayer (2008), S. 80
[194] Vgl. Mayer (2008), S. 58
[195] Vgl. Mayer (2008), S. 58
[196] Mayer (2008), S. 59
[197] Vgl. Mayer (2008), S. 59
[198] Vgl. Mayer (2008), S. 66

Unter Berücksichtigung der Meinungen, Hinweise und Darstellungen aller Autoren, die für diesen theoretischen Teil studiert wurden, sollen die sich herauskristallisierten Methoden und Ansätze zu befriedigenden Ergebnissen im Rahmen des praktischen und analytischen Teils dieser Forschungsarbeit führen.

3. ALLGEMEINE DATEN UND FAKTEN ZUR STUDIE

Zwischen Ende August und Ende Oktober 2011 wurden insgesamt 30 Privatpersonen in Wien und Umgebung mittels der Methode eines Leitfadeninterviews einer persönlichen Befragung unterzogen.

3.1 Soziodemographische Fakten zur Stichprobe

Um ein gewisses Maß an Repräsentativität hinsichtlich der soziodemographischen Aspekte Geschlecht, Alter und Haushaltsgröße zu gewährleisten, wurde darauf geachtet, die einzelnen Subjekte der Stichprobe nach groben Quoten für Österreich zu selektieren. Die relevanten Daten zur Grundgesamtheit stammen allesamt von aktuellen Erhebungen der *Statistik Austria*.
Zusätzlich sind in der Stichprobe besser und schlechter verdienende Konsumenten unterschiedlichen Bildungshintergrundes aus verschiedenen Wohngegenden vertreten, wie ab Punkt 3.1.4 ersichtlich ist.

3.1.1 Geschlechterverteilung

Geschlecht	Anzahl an Personen	Anteil in %
Frauen	4.301.308	51,28
Männer	4.086.434	48,72
Gesamt	**8.387.742**	**100**

Tab. 1: Jahresdurchschnittsbevölkerung Österreichs 2010

Quelle: Statistik Austria: Jahresdurchschnittsbevölkerung 2010 nach Alter und Bundesland. Erstellt am 19.05.2011

Geschlecht	Anzahl an Personen	Anteil in %
Frauen	16	53,33
Männer	14	46,67
Gesamt	**30**	**100**

Tab. 2: Geschlechterverteilung bei den Leitfadeninterviews

Quelle: Eigenerhebung

3.1.2 Altersverteilung

Alter in Jahren	**Anzahl an Personen**	**Personen** in %	**Bezogen auf 30 Personen**
Unter 14	1.353.482	16,85	5
15 bis 29	1.459.765	18,62	6
30 bis 44	1.998.936	24,88	7
45 bis 60	1.492.007	18,57	6
60 +	1.692.736	21,07	6
Gesamt	**8.032.926**	**100**	**30**

Tab. 3: Altersverteilung in Österreich

Quelle: Statistik Austria: Bevölkerung 1951 bis 2001 nach demographischen Merkmalen. Erstellt am 01.06.2007.

Im Durschnitt sind die Österreicherinnen und Österreicher 41,6 Jahre alt.[199]
Da dem noch nicht volljährigen Anteil der Gesamtbevölkerung weitestgehend der Bezug zur Materie fehlt, wurde er aus der Stichprobe ausgeklammert. Sämtliche Probanden haben das 18. Lebensjahr bereits überschritten.

Alter in Jahren	**Anzahl an Personen**	**Personen** in %
Unter 14	0	0
15 bis 29	7	23,33
30 bis 44	8	26,67
45 bis 60	8	26,67
60 +	7	23,33
Gesamt	**30**	**100**

Tab. 4: Altersverteilung bei den Leitfadeninterviews

Quelle: Eigenerhebung

Das Durchschnittsalter aller befragten Personen beträgt 45,3 Jahre. Bei den Frauen sind es 46,3 und bei den Männern 44,1 Jahre. Der Median liegt bei 43,5 Jahren, insofern werden im Text alle Personen, die unter dem Median liegen, als die „Jüngeren“ und alle, die darüber liegen, als die „Älteren“ definiert.

[199] Vgl. Statistik Austria: Demographische Abhängigkeitsquotienten und Durchschnittsalter seit 1869. Erstellt am 9.5.2011.

3.1.3 Haushaltsgrößen

Haushaltsgrößen	Anzahl an Haushalten in 1.000	Anteil in %
Einpersonenhaushalte	1.305	36
Haushalte mit 2 Personen	1.035	29
Haushalte mit 3 Personen	579	16
Haushalte mit 4 Personen	467	13
Haushalte mit 5 Personen	162	4
Haushalte mit 6+ Personen	78	2
Haushalte Gesamt	**3.624**	**100**

Tab. 5: Privathaushaltsgrößen in Österreich

Quelle: Statistik Austria: Privathaushalte 1985 – 2010. Erstellt am 30.03.2011.

Die durchschnittliche Haushaltsgröße beträgt für Österreich 2,29 Personen und für Wien 1,99 Personen.[200]

Haushaltsgrößen	Anzahl an Haushalten	Anteil in %
Einpersonenhaushalte	10	33
Haushalte mit 2 Personen	8	27
Haushalte mit 3 Personen	6	20
Haushalte mit 4 Personen	4	13
Haushalte mit 5 Personen	1	3
Haushalte mit 6+ Personen	1	3
Haushalte Gesamt	**30**	**100**

Tab. 6: Haushaltsgrößenverteilung bei den Leitfadeninterviews

Quelle: Eigenerhebung

Die durchschnittliche Haushaltsgröße der Interviewteilnehmer beträgt 2,03 Personen. Unter den Wienern leben durchschnittlich 1,89 Personen in einem Haushalt. Somit entspricht die Stichprobe auch in dieser Hinsicht annähernd der Grundgesamtheit.

[200] Vgl. Statistik Austria: Privathaushalte nach Geburtsland der Haushaltsreferenzperson, Haushaltsgröße und Bundesländern - Jahresdurchschnitt 2010. Erstellt am 30.3.2011.

3.1.4 Wohngegenden

Wohngegend[201]	Anzahl an Personen
Am Land	6
In einer Kleinstadt	6
In einer Großstadt	18

Tab. 7: Wohngegenden der Leitfadeninterviewteilnehmer

Quelle: Eigenerhebung

Ein Großteil der befragten Personen stammt aus der Bundeshauptstadt. Da bei einzelnen Fragen des Leitfadens die Herausarbeitung der Unterschiede nach dem Aspekt der Wohngegend sinnvoll erscheint, wurden neben Wienern auch Personen aus ländlichen Gebieten und Kleinstädten zur Befragung herangezogen. Das Untersuchungsgebiet erstreckt sich insgesamt über Wien und weite Teile Niederösterreichs.

3.1.5 Haushaltseinkommen

Haushaltseinkommen	Anzahl an Personen
Unter € 1.000	7
Zwischen € 1.000 und € 2.000	6
Zwischen € 2.000 und € 3.000	8
Mehr als € 3.000	9

Tab. 8: Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher, ohne 13. und 14. Gehalt) der Interviewteilnehmer

Quelle: Eigenerhebung

Die getrennte Auswertung nach sogenannten „besser und schlechter Verdienenden“ gestaltet sich hier in mehrfacher Hinsicht problematisch. Zum einen darf angenommen werden, dass bei derartigen Erhebungen die tatsächliche Einkommenssituation nicht durchgehend wahrheitsgemäß kommuniziert wird, zum anderen verfügen größere Haushalte mit mehreren Einkommensbeziehern tendenziell über höhere Haushaltseinkommen, als es in Einpersonenhaushalten der Fall ist. Wenn also von besser und schlechter verdienenden Personen die Rede ist, werden immer auch die

[201] Gemäß Begriffsbestimmung der Internationalen Statistikkonferenz aus dem Jahre 1887 werden unter „Landstädten“ jene Städte verstanden, deren Einwohnerzahl die Marke 5.000 nicht überschreitet. Großstädte hingegen umfassen über 100.000 Einwohner. Zwar sind sogenannte „Kleinstädte“ per Definition zwischen 5.000 und 20.000 Einwohnern angesiedelt, in der vorliegenden Arbeit werden allerdings aus Gründen der Einfachheit all jene Städte als Kleinstadt verstanden, die von der Einwohnerzahl her zwischen „Land“ und „Großstadt“ liegen.

jeweilige Haushaltsgröße und die Anzahl an Kindern unter 18 Jahren im Haushalt berücksichtigt. Eine in Zahlen ausgedrückte Grenze wird an dieser Stelle nicht gezogen.

Im Jahre 2010 wurden österreichweit 2.215.614 Pensionsbezieher aus der gesetzlichen Pensionsversicherung und Beamtenpensionen gezählt.[202] Im Verhältnis zur in Tabelle 3 ausgewiesenen Gesamtbevölkerung sind das gerundete 28%. Auf den Fragebögen der Leitfadeninterviews gaben etwa 27% an, bereits pensioniert zu sein, womit die Stichprobe hier sehr nahe an die Grundgesamtheit herankommt.

3.1.6 Bildungshintergrund

Ausbildung	Anzahl an Personen
Pflichtschule	7
Pflichtschule mit anschließender Lehre	8
AHS, BHS mit Matura	8
Universität, Akademie, Fachhochschule	7

Tab. 9: Höchste abgeschlossene Ausbildung der Interviewteilnehmer

Quelle: Eigenerhebung

Im Zuge der Auswertung wurden des Öfteren die Aussagen und Ansichten von formal besser und schlechter Gebildeten miteinander verglichen. Zu letzterer Gruppe gehören sämtliche Befragte, welche als höchste abgeschlossene Ausbildung die Pflichtschule mit oder ohne Lehre absolviert haben. Unter „besser gebildet“ sind folglich all jene subsumiert, die zumindest eine AHS oder BHS Matura vorweisen können.

[202] Vgl. Statistik Austria: Pensionsbezieherinnen und -bezieher nach Anzahl der Pensionen 2010. Erstellt am 12. 7.2011

3.2 Finanzielle Ausgangslage für den Konsum von Privathaushalten

Personen österreichischer Privathaushalte verfügen über ein Jahresäquivalenzeinkommen von durchschnittlich € 23.160. „Das Äquivalenzeinkommen eines Haushalts errechnet sich aus dem verfügbaren Haushaltseinkommen dividiert durch die Summe der Personengewichte im Haushalt“.[203] Betrachtet man die arithmetischen Mittelwerte des Äquivalenzeinkommens gemäß den im vorherigen Abschnitt definierten Bildungsstufen, lässt sich deutlich die Korrelation des Einkommens mit dem Bildungsgrad erkennen.[204]

- Pflichtschule: € 18.690
- Lehre: € 23.136
- Matura: € 26.612
- Universität: € 33.109

Die Hälfte aller Personen verfügen über weniger als € 20.618, bei 10% sind es sogar weniger als € 11.511 jährlich.[205] Insgesamt verfügen österreichische Haushalte über ein durchschnittliches Einkommen von € 36.598.[206] Das verfügbare Haushaltseinkommen beläuft sich bei drei Viertel der Haushalte auf weniger als € 46.601, bei der Hälfte sind es sogar weniger als € 31.125.[207] Die Aufschlüsselung nach der Haushaltsgröße gestaltet sich wie folgt:[208]

- 1 Person: € 20.676
- 2 Personen: € 37.677
- 3 Personen: € 46.385
- 4 Personen: € 53.835
- 5 und mehr Personen: € 61.052

Isoliert betrachtet, ergibt sich für die knapp 4 Mio. unselbstständig Erwerbstätigen für das Jahr 2010 folgendes Bild:[209]

- Brutto: durchschnittliches (mittleres) Jahreseinkommen von € 28.715 (€ 24.516)
- Netto: durchschnittliches (mittleres) Jahreseinkommen von € 20.087 (€ 18.366)

---

[203] Vgl. Statistik Austria: Äquivalisiertes Nettohaushaltseinkommen 2010 nach Erwerbsstatus. Erstellt am 15.12.2011. Die Personengewichte werden auf Basis der EU-Skala berechnet: erste Person = 1,0; zweite und jede weitere Person = 0,5 außer Kinder jünger als 14 Jahre = 0,3.

[204] Vgl. Statistik Austria: Äquivalisiertes Nettohaushaltseinkommen 2010 nach soziodemographischen Merkmalen. Erstellt am 15.12.2011.

[205] Statistik Austria: Äquivalisiertes Nettohaushaltseinkommen 2010 nach Erwerbsstatus. Erstellt am 15.12.2011.

[206] Vgl. Statistik Austria: Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte in Österreich 2010 nach Haushaltstyp. Erstellt am: 15.12.2010.

[207] Vgl. Statistik Austria: Verteilung der Haushalts- und Äquivalenzeinkommen nach Haushaltstyp 2010. Erstellt am 15.12.2011.

[208] Vgl. Statistik Austria: Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte in Österreich 2010 nach Haushaltstyp. Erstellt am: 15.12.2010.

[209] Herangezogen wurden ausgewiesene Lohnsteuerdaten (ohne Lehrlinge) der Statistik Austria. Vgl. Statistik Austria Brutto- und Nettojahreseinkommen 2010 nach Altersgruppen. Erstellt am 6.12.2011.

Verglichen mit dem Mittelwert (Median) des Jahres 2000, macht dies einen nominellen Einkommenszuwachs (brutto) von 20,40% (18,11%) aus.
Die Höhe des Jahreseinkommens korreliert positiv mit dem Alter. 20 bis 29jährige verfügen lediglich über ein durchschnittliches Bruttojahreseinkommen von € 18.388 (€ 1.131,92 netto pro Monat), während über 60jährige auf € 54.929 (€ 3.352,42 netto pro Monat) kommen.[210] Das für Konsum zur Verfügung stehende Monatseinkommen unselbständiger Erwerbstätiger steigert sich also ab dem Alter von 20 bis zur Pension im Schnitt um das 3-fache. Das Fraueneinkommen (brutto) macht insgesamt nur 60% des Männereinkommens aus.[211]

Der Verbraucherpreisindex (VPI) ist im Jahr 2011 im Schnitt um 3,3% im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.[212] Nimmt man den VPI aus dem Jahre 2000 als Basis, ergibt sich seither ein Anstieg um ein Viertel. Somit lassen sich signifikante Preissteigerungen seit der Euroeinführung erkennen.[213] Betrachtet man allerdings die Indizes der Jahre 1966 bis 2000, zeigt sich ein kontinuierlicher, inflationsbedingter Anstieg des Preisniveaus lange vor der Währungsumstellung. Beispielsweise ist der VPI 1966 im Vergleich zu heute (Stand 16.1.2012) auf 469,3% angestiegen.[214] Seit 1996 hat die Inflation in Österreich immerhin um 31,6% zugenommen.[215]

Möchte man die Entwicklung des Preisniveaus im europäischen Wirtschaftsraum herleiten, so ist der harmonisierte Verbraucherpreisindex (HVPI) als Kennzahl heranzuziehen.[216] Als Basis dient der Wert des Jahres 2005, seitdem hat sich der HVPI der EU auf 113,42% erhöht.[217]

Die Änderung der Kaufkraft von Konsumenten ergibt sich bekanntlich aus dem nominellen Einkommenszuwachs und der Inflation. Für den Zeitraum von 2000 bis 2010 errechnet sich ein mittleres Wachstum des jährlichen Bruttoeinkommens der unselbständig Erwerbstätigen von 18,11%. Dem gegenüber steht allerdings eine Inflationsrate von 21,1%. Somit überlagert die Inflationsrate das Einkommenswachstum innerhalb dieses Jahrzehnts. Für Konsumenten ergibt sich unterm Strich ein nominell höheres Konsumbudget, aber durch die Inflation ein realer Konsumbudgetverlust.[218]

---

[210] Vgl. Statistik Austria: Brutto- und Nettojahreseinkommen 2010 nach Altersgruppen. Erstellt am 6.12.2011.

[211] Vgl. Statistik Austria: Bruttojahreseinkommen von Frauen und Männern 2010. Erstellt am: 6.12.2011. An dieser Stelle muss berücksichtigt werden, dass Frauen viel häufiger teilzeitbeschäftigt sind als Männer.

[212] Vgl. Statistik Austria: Inflationsraten und Indizes des VPI von 1999 bis 2011. Erstellt am 16.1.2012. Der Anstieg des VPI ergibt sich durch die Jahresinflation.

[213] Der Euro wurde am 1.1.1999 als gesetzliche Buchungswährung und am 1.1.2002 als Bargeld eingeführt.

[214] Vgl. Statistik Austria: Verbraucherpreisindex. Erstellt am 16.1.2012.

[215] Vgl. Statistik Austria: Inflationsraten und Indizes des VPI von 1999 bis 2011. Erstellt am 16.1.2012.

[216] Zur kritischen Auseinandersetzung des HVPI als Messgröße Vgl. zB Von der Lippe (2001), S. 40ff

[217] Vgl. Statistik Austria: HVPI (Basis 2005) monatliche Werte und Inflationsraten von 1995 bis 2011. Erstellt am 16.1.2012.

[218] Vgl. hierzu auch Kollmann (2008), s. 10

3.3 Stichproben-Übersicht

Nachfolgend findet sich eine detaillierte Übersicht zur Stichprobe. Die Transkripte sind nach aufsteigendem Alter sortiert und zur Referenzbildung entsprechend nummeriert worden. Untenstehende Tabelle ist dazu angedacht, eine Hilfestellung bei der soziodemographischen Zuordnung der angeführten Zitate aus den Transkripten zu bieten. Auf der nachfolgenden Seite ist die dazugehörige Legende abgebildet.

Nr.	Alter	Geschlecht	HH Größe	Wohngegend	Einkommen in € 1.000	Bildung
1	20	W	2	Großstadt	1 - 2	Matura
2	21	M	3	Land	> 3	PS
3	23	W	3	Großstadt	> 3	Matura
4	25	M	1	Großstadt	< 1	PS
5	25	W	4	Kleinstadt	2 - 3	PSL
6	27	M	1	Großstadt	< 1	Matura
7	29	M	1	Großstadt	< 1	Universität
8	30	M	2	Großstadt	1 - 2	Matura
9	33	W	1	Großstadt	< 1	Matura
10	33	M	1	Kleinstadt	1 - 2	Universität
11	35	M	2	Großstadt	2 - 3	PSL
12	36	W	3	Land	2 - 3	Universität
13	39	W	5	Kleinstadt	1 - 2	PS
14	40	W	4	Großstadt	2 - 3	PSL
15	42	M	1	Großstadt	< 1	Matura
16	45	W	4	Kleinstadt	2 - 3	PS
17	45	M	6	Land	2 - 3	PS
18	47	W	2	Großstadt	> 3	Universität
19	50	W	3	Großstadt	> 3	PSL
20	53	M	2	Großstadt	> 3	Matura
21	53	W	1	Kleinstadt	2 - 3	Universität
22	57	W	4	Großstadt	> 3	Universität
23	59	M	1	Großstadt	< 1	PSL
24	61	M	3	Kleinstadt	2 - 3	Universität
25	63	W	2	Großstadt	> 3	Matura
26	66	W	2	Großstadt	> 3	PSL
27	70	W	1	Land	1 - 2	PSL
28	72	M	3	Land	> 3	PS
29	79	M	1	Großstadt	< 1	PSL
30	81	W	2	Land	1 - 2	PS

Tab. 10: Stichproben-Übersicht

Quelle: Eigenerhebung

Abkürzung	Bedeutung
Nr.	Nummer des Transkripts
HH Größe	Haushaltsgröße
Einkommen	Einkommen aller im Haushalt lebenden Personen (ohne 13. und 14. Gehalt)
M	Männlich
W	Weiblich
< 1	Unter € 1.000
1 - 2	Zwischen € 1.000 und € 2.000
2 - 3	Zwischen € 2.000 und € 3.000
> 3	Mehr als € 3.000
PS	Pflichtschule
PSL	Pflichtschule mit anschließender Lehre
Matura	AHS, BHS mit Matura
Universität	Universität, Fachhochschule, Akademie

Tab. 11: Legende zur Stichproben-Übersicht

Quelle: Eigendarstellung

3.4 Anmerkungen und Details zur Erhebung und Auswertung

Für die Dauer eines Interviews war in etwa eine Stunde vorgesehen und der Umfang des Leitfadens entsprechend an dieses Erfordernis zugeschnitten.
Zur Minimierung von Antworten gemäß der sozialen Wünschbarkeit wurden ausschließlich dem Interviewer unbekannte Personen zur Befragung ausgewählt. Die Suche nach geeigneten Personen zur Erfüllung der unter Punkt 3.1 definierten Quote erfolgte vorwiegend nach dem „Schneeballprinzip".
Vor der eigentlichen Befragung erklärte man den Teilnehmern den Sinn und Zweck selbiger und sicherte ihnen die durchgängige Wahrung der Anonymität zu.

Da es bei mehreren Punkten des Interviews darauf ankommt, was den Konsumenten zur thematisierten Fragestellungen einfällt und (teils spontan) in den Sinn kommt, hatten die Befragten jeweils eine angemessene Zeitspanne zum Nachdenken, Reflektieren und Antworten zur Verfügung gestellt bekommen. Bei qualitativen Erhebungen ist die Beeinflussung der Befragten durch den Interviewer niemals zur Gänze vermeidbar. Allerdings lassen sich Diskrepanzen auf ein Minimum reduzieren, insofern die jeweiligen Fragen jedem der Interviewteilnehmer in derselben Art und Weise gestellt werden. Diesem Umstand wurde bei der Datenerhebung Rechnung getragen. Jeder Teilnehmer hat vereinheitlichte Fragen im gleichen Wortlaut gestellt bekommen, sodass ein möglichst verzerrungsfreier Vergleich der Aussagen gewährleistet bleibt.

Um die einzelnen Interviews zu einem späteren Zeitpunkt transkribieren zu können, wurden diese mit Hilfe eines Tonbandgerätes aufgezeichnet, selbstverständlich nicht ohne die vorherige ausdrückliche Einwilligung der Interviewteilnehmer.

Die Interviews wurden grundsätzlich nach der qualitativen Methodik geführt, allerdings waren die Interviewten ebenso dazu angehalten, bestimmte Teilbereiche der Erhebung quantitativ zu bewerten. Besagte Bewertung führten die Probanden aus Gründen der Einfachheit nach dem Schulnotensystem durch, wobei die Bedeutung der einzelnen Noten vorher entsprechend kommuniziert wurde. Die da wäre

- 1 = „für mich ganz besonders wichtig"
- 2 = „für mich wichtig"
- 3 = „für mich teilweise wichtig"
- 4 = „für mich weniger wichtig"
- 5 = „für mich unwichtig"

Bzw. bei der Bewertung der individuellen Wohnsituation

- 1 = „sehr zufrieden“
- 2 = „zufrieden“
- 3 = „teilweise zufrieden“
- 4 = „weniger zufrieden“
- 5 = „unzufrieden“

Bezüglich der Lebensdauer von Konsumgütern waren die Befragten wiederum dazu aufgefordert einen Soll-Ist – Vergleich vorzunehmen. Hier gab man die Lebensdauer in Jahren an.

Es bestand die latente Gefahr, dass die Fragenkomplexe rund um die Europäische Union, den Euro, den Umweltschutz und die Nachhaltigkeit bei einigen Probanden zu einer gewissen emotionalen Aufladung führen könnten. Damit sich dies nicht auf die restlichen Bereiche auswirkt, wurden die Kategorien „Haltung gegenüber der EU“ und „Umweltschutz und nachhaltiger Konsum“ ans Ende des Leitfadeninterviews gerückt.

Damit die Auswertung der Interviews stets nachvollziehbar und transparent bleibt, wurden in den Tabellen und im Text Referenzen zu den jeweiligen Transkripten hergestellt.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde auf die Verwendung des Binnen-I verzichtet und das generische Maskulinum herangezogen. Sollte allenfalls bei der Erhebung und Auswertung zwischen den Geschlechtern differenziert werden, so wird explizit darauf hingewiesen.

Als abschließende Bemerkung wird nochmal ausdrücklich darauf hingewiesen, dass bei den einzelnen Leitfadeninterviews keine Tatsachen oder Ist-Zustände erhoben wurden, sondern dass es sich hier fast ausschließlich um die Auffassungen, Eindrücke, Erfahrungen und Wahrnehmungen der befragten Personen handelt. Auf eine angemessene wissenschaftliche Analyse und Aufbereitung jener Daten zielen nämlich die gestellte Forschungsfrage und das Erkenntnisinteresse ab.[219]

[219] Vgl. Kapitel 2

4. ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN ERHEBUNG

Zur übersichtlichen Darstellung wurden die einzelnen Fragen entsprechenden Themenbereichen zugeordnet.

4.1 Einkäufe des täglichen Bedarfs

Die erste Frage des Leitfadeninterviews zielt auf die Gefühlsebene der Konsumenten ab und sollte gleich von Beginn an für ein angenehmes und offenes Gesprächsklima sorgen. Es geht darum, welche Emotionen mit den Einkäufen des täglichen Bedarfs in Verbindung gebracht werden.

Frage: „Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?“

Gefühlslage	Nennungen	Transkript #
Angenehm, eher positive Gefühle	12	10, 13, 15, 16, 19, 20, 21, 23, 25, 27, 28, 30
Teils angenehm, teils lästig	1	7
Teils angenehm, teils lästig und zeitraubend	2	2, 5
Neutral, Pflichtaufgabe	6	1, 12, 18, 22, 24, 26
Neutral, Pflichtaufgabe, zeitraubend	3	4, 6, 29
Eher unangenehm / lästig	1	17
Eher unangenehm / lästig und zeitraubend	5	3, 8, 9, 11, 14

Tab. 12: Gemütszustände bei den Besorgungen des täglichen Bedarfs

Quelle: Eigenerhebung

Immerhin 40% assoziieren mit den Einkäufen des täglichen Bedarfs vorwiegend positive Gefühle und empfinden diesen als eher angenehm. Ein Drittel davon ist männlich. Auffällig ist ansonsten noch, dass in dieser Gruppe unverhältnismäßig viele über 50jährige inbegriffen sind und gleichzeitig niemand unter 30 ist. Ergänzend sei angemerkt, dass sechs von acht Pensionisten und all jene, die sich von berufswegen selbst als „Hausfrauen“ bezeichnen, ebenfalls in diese Gruppe fallen.[220]
Als eher unangenehm, lästig und größtenteils auch zeitraubend werden jene Einkäufe von einem Fünftel aller befragten Personen gesehen. Darunter ausnahmslos jüngere Damen und Herren.
Die restlichen 40% sehen die alltäglichen Besorgungen weder eindeutig positiv noch negativ. Insgesamt 9 Personen sind diesbezüglich neutral eingestellt und empfinden den Gang zum Supermarkt ihrer Wahl schlicht als Notwendigkeit, um die man nicht

[220] Vgl. Transkript # 13, 16, 19, 23, 25, 27, 28 und 30

herum kommt. Drei davon unterstreichen den zeitraubenden Charakter von solchen Tätigkeiten und wollen diese so schnell wie möglich hinter sich bringen.
Als von der Tagesverfassung und den Umständen abhängig beschrieben die übrigen drei Personen genannte Tätigkeit. Auch hier wurde größtenteils bedauert, wie viel Zeit dadurch verloren geht. In Summe waren es elf Personen, die den Zeitfaktor als negativ hervorhoben.

Sechs Personen sehen sich nicht als Hauptverantwortliche, was das Einkaufen betrifft. Dies wird nämlich in erster Linie entweder von den im selben Haushalt lebenden Eltern erledigt (3 Nennungen) oder von der Partnerin / vom Partner (3 Nennungen).[221]

Zusammenfassend lässt sich noch sagen, dass die Haushaltsgröße, die Bildung und das Einkommen keine signifikante Wirkung auf die Empfindungen in dieser Hinsicht ausüben.

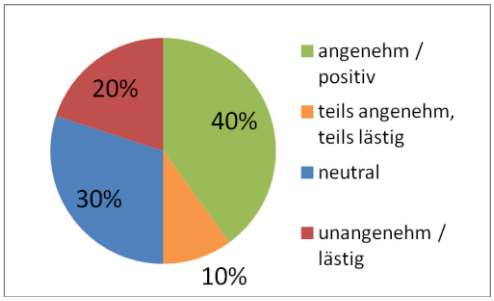

Abb. 1: Gemütszustände bei den Besorgungen des täglichen Bedarfs

Quelle: Eigendarstellung

Die nächste Frage geht in eine ähnliche Richtung wie die vorige. Die Interviewpartner wurden gebeten, spontan ihre Gedanken und Gefühle bezüglich ihres nächsten anstehenden Einkaufes im Lebensmitteleinzelhandel auszudrücken.

Frage: „Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?“

Primär denkt man daran, was benötigt wird und in welchem Supermarkt man sich dies besorgt.
Da es sich hierbei eher um eine ergänzende Frage handelt, flossen die gesammelten Daten im Hinblick auf Gefühlszustände im Großen und Ganzen bereits in die Erstellung und Auswertung von Tabelle 12 mit ein. Sofern die Interviewteilnehmer es nicht von sich aus taten, wurde zusätzlich noch nachgefragt, wie oft man denn so ca. einkaufen gehe und ob man eine Einkaufsliste dabei habe.
Im groben Schnitt gehen die befragten Personen zwei- bis viermal in der Woche

[221] Vgl. Transkript # 2, 3, 5, 22, 25 und 26

einkaufen, wobei die Antworten zwischen „fast täglich“ und „zweimal im Monat“ schwanken. Bei letzterer handelt es sich jedenfalls um einen Ausreißer.[222] In acht Fällen fiel das Wort „Großeinkauf“. Solche werden etwa einmal in der Woche und vorwiegend samstags erledigt. Auch einige andere Fälle lassen auf sogenannte Großeinkäufe schließen.[223]
Teilweise ließ sich heraushören, dass man für die Einkäufe ein Fahrzeug benutzen würde, dies wurde allerdings zu späterem Zeitpunkt (Bereich Wohnsituation) genauer erhoben und in Kapitel 4.10 ausgewertet.[224]
Inwieweit Einkaufslisten verwendet werden sollen Tabelle 13 und Abbildung 2 übersichtlich darstellen.

Einkaufslisten	Nennungen	Transkript #
Ja	10	1, 4, 8, 13, 14, 16, 19, 22, 23, 25, 27, 28, 29, 30
Teilweise	4	7, 10, 12, 24
Nein	16	2, 3, 5, 6, 9, 11, 15, 17, 18, 20, 21, 26

Tab. 13: Verwendung von Einkaufslisten für die Einkäufe des täglichen Bedarfs

Quelle: Eigenerhebung

Regelmäßig tut dies ein Drittel der Stichprobe, darunter eine große Mehrheit aller Personen ab Mitte 50.
Vier Konsumenten schreiben sich zumindest ab und zu eine Einkaufsliste als Erinnerungshilfe, sofern wichtige oder nicht alltägliche Dinge besorgt werden müssen. Mehr als die Hälfte verzichtet gänzlich auf das Erstellen von solchen Listen. Nach eigenen Aussagen habe man in etwa im Kopf, was benötigt wird oder entscheidet dies spontan im Geschäft.

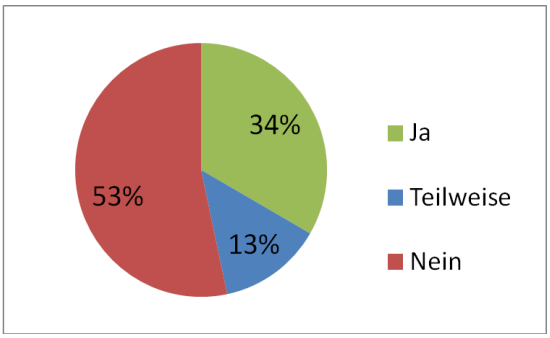

Abb. 2: Verwendung von Einkaufslisten

Quelle: Eigendarstellung

[222] Vgl. Transkript # 27
[223] Vgl. zB Transkript # 28 oder 30
[224] Vgl. Tabelle 74, sowie Abbildung 14

Zur Ergänzung des quantitativen Fragenkataloges der Studie „Konsumenten 2012“ dürfte nachfolgende Frage recht nützlich sein. Die befragten Konsumenten sprachen über spontan assoziierte positive und negative Aspekte bei den Einkäufen des täglichen Bedarfs.

Frage: „Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?“

Positive Aspekte	Nennungen	Transkript #
In Ruhe umschauen	6	1, 5, 6, 14, 25, 27
Übersichtliche Regalgestaltung / Optik / Beleuchtung	5	4, 13, 15, 20, 21
Große Produktauswahl	6	11, 12, 15, 16, 18, 24
Neue Produkte entdecken / ausprobieren	6	1, 2, 5, 7, 14, 25
Anschließender Konsum / Verzehr der Produkte	1	9
Kostproben	2	5, 23
Günstige Angebote	5	1, 2, 6, 7, 17
Schnelle Abwicklung der Vorgänge	5	10, 18, 20, 25, 29
Lange Öffnungszeiten	1	13
Freundliches Personal	5	7, 10, 13, 15, 30
Leute treffen / Soziale Kontaktaufnahme	5	7, 19, 27, 28, 30
Abwechslung vom Alltag	3	8, 9, 27
Musikuntermalung	1	7
Klimaanlage bei Hitze	1	19
Bezahlung mit Kreditkarte	1	24
Keine	5	3, 8, 14, 17, 26

Tab. 14: Positive Aspekte bei den Einkäufen des täglichen Bedarfs

Quelle: Eigenerhebung

Ohne an dieser Stelle auf jeden einzelnen Punkt näher eingehen zu wollen, soll zumindest allgemein festgehalten werden, dass Konsumenten sich bei entsprechender Produktauswahl und Regalgestaltung gerne in Ruhe und ohne Zeitdruck im Geschäft umsehen und dabei vorzugsweise auch gerne neue Produkte entdecken und ausprobieren. Das Einkaufen an sich kann eine willkommene Abwechslung sein. Dabei schätzt man speziell günstige Angebote und freundliches Personal.
Oder aber man weiß es zu würdigen, wenn sich die Vorgänge rasch und reibungsfrei erledigen lassen. [225]

Ein Sechstel der Befragten sieht als spontane Reaktion nichts Positives an den

[225] Natürlich ist es nicht ganz unproblematisch, die einzelnen Aussagen verallgemeinernd zu formulieren. Nähere Details lassen sich selbstverständlich den jeweiligen Transkripten entnehmen.

Einkäufen des täglichen Bedarfs. Immerhin drei Personen darunter ließen sich trotzdem ein paar positive Assoziationen entlocken.

Für weitere Untersuchungen könnten beispielsweise die Präferenzen bei der Bezahlungsabwicklung (Bar, Bankomatkarte, etc.), die Wahrnehmung von Musikuntermalung in den Ausstellungsräumen und die Einstellung zu längeren Öffnungszeiten und Kostprobenverteilungen spannend sein.

Negative Aspekte	Nennungen	Transkript #
Viele Leute unterwegs, Hektik, Gedränge	10	1, 2, 3, 5, 6, 16, 17, 19, 21, 25
Lange Wartezeiten / Schlange an der Kassa	18	2, 4, 6, 10, 11, 12, 13, 15, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 27, 28, 29, 30
Hektischer / umständlicher Bezahlungsvorgang	7	4, 5, 6, 11, 18, 27, 30
Unordnung der Verkaufsflächen	4	5, 15, 16, 25
Häufige Regalumsortierungen	3	7, 10, 20
Langes Suchen nach Produkten	10	2, 7, 9, 10, 12, 16, 19, 20, 22, 26
Waren ausverkauft / nicht mehr verfügbar	4	2, 13, 23, 25
Ungünstige Preisänderungen	3	2, 9, 19
Anfassen von Obst und Gemüse durch Fremde	2	1, 25
Verdorbenes Obst und Gemüse	3	4, 15, 24
Unfreundliches Personal	3	4, 23, 29
Geräusch der Diebstahlsicherung	1	8
Lautsprecherwerbung	2	3, 7
Weihnachtsmusik	1	13
Frühzeitiges Anbieten von Weihnachtsartikeln	1	13
Schlecht gewartete Einkaufswägen	2	15, 18
Zeitverlust	3	9, 11, 29
Unter Zeitdruck einkaufen	1	14
Geldausgeben	1	9
Außer Haus gehen	1	8
Einkaufstasche tragen / ausräumen	2	9, 21
Einkaufen an sich	2	8, 11

Tab. 15: Negative Aspekte bei den Einkäufen des täglichen Bedarfs

Quelle: Eigenerhebung

Am unangenehmsten und lästigsten wertet man mit Abstand das hektische Gedränge der Menschenansammlungen in den Verkaufsräumen und ganz besonders die langen Wartezeiten an der Kassa. Auch der Bezahlungsvorgang selbst wird vielfach als

unangenehm und hektisch empfunden. Vorgeschlagen wurde die Umstellung auf elektronische Erfassungssysteme zur effizienteren Abwicklung.[226] Ebenfalls nicht wenige Konsumenten ärgern sich über das längere Suchen nach bestimmten Artikeln, zB wenn Regale umsortiert werden, Waren aus verschiedenen Gründen nicht verfügbar sind, oder eine generelle Unordnung im Geschäft herrscht.

Der als negativ gewertete Umstand, dass durch die Tätigkeit des Einkaufens wertvolle Lebenszeit verloren geht, wurde eingangs schon von mehreren Interviewten bedauert und auch an dieser Stelle wieder von drei Personen eingebracht.
Einige Punkte, wie das Personal, die Musikuntermalung oder die Übersicht bei der Produktanordnung, finden sich auch unter den negativen Aspekten wieder.

Von einer Person wurden die Weihnachtsmusik und das verfrühte Anbieten von Artikeln mit Weihnachtsbezug negativ gewertet. Es ist wohl anzunehmen, dass sich mehrere Personen dagegen ausgesprochen hätten, sofern der Erhebungszeitraum um etwa zwei Monate verschoben worden wäre.

4.1.1 Warenangebot

Ein umfangreiches Warenangebot führt zwar auf der einen Seite zu einer großen Auswahlmöglichkeit, kann auf der anderen Seite auch zur Unübersichtlichkeit und somit Überforderung der Konsumenten beitragen. Kapitel 4.1.1 soll nun klären, wie das verfügbare Warenangebot von den Verbrauchern beurteilt wird und wie sie mit diesem zurechtkommen.

Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?“

Man ist sich einig: die gesamte Stichprobe ist zufrieden bis sehr zufrieden mit dem Warenangebot der Filialen ihrer Umgebung. Unzufriedenheit wurde nur vereinzelt bei Teilaspekten geäußert, was nachfolgend durch Zitate belegt werden soll.

„Manchmal sind Angebote schon vergriffen und ich ärgere mich, wenn ich extra deswegen diesen Supermarkt auswähle und das Produkt dann nicht vorfinde“.[227]
„Ich suche ungern nach neuen Sachen und nehme lieber welche, die ich schon kenne“.[228]
„Ein paar Sachen fehlen mir halt, aber das liegt daran, dass ich aus Deutschland komme“.[229]
„Ich hätte lieber eine größere Auswahl an heimischen oder internationalen

[226] Vgl. zB Transkript # 6 oder 18
[227] Transkript # 4
[228] Transkript # 3
[229] Transkript # 1

Spezialitäten und Delikatessen kleinerer Anbieter“.[230]
„Ich hätte einfach gerne eine größere Auswahl an schadstofffreien Bioprodukten aus Österreich“.[231]

Die als Kontrollfrage gedachte nächste Frage soll deutlich machen, ob die gebotene Produktauswahl tendenziell eher als zu groß oder zu klein empfunden wird.

Frage: „Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein? „

Auswahl zu groß oder zu klein	Nennungen	Transkript #
passt / genau richtig	19	1, 2, 4, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 29
eher zu groß	10	3, 7, 11, 17, 22, 23, 26, 27, 28, 30
eher zu klein	1	5

Tab. 16: Zufriedenheit mit dem Warenangebot

Quelle: Eigenerhebung

Weder zu groß, noch zu klein, sondern genau richtig ist die Auswahl für 19 Personen. Zwar räumte man zum Teil ein, dass kleinere Märkte und Diskonter keine so umfassende Auswahlmöglichkeit bieten, man sich aber darauf eingestellt hätte und die Geschäfte entsprechend situativer Anforderungen auswähle.[232]
„Mit den großen Supermärkten bin ich zufrieden, mit den kleineren nicht, denn dort gibt es nicht so viel Auswahl“.[233]
„Wenn ich mehr Auswahl brauche, gehe ich in ein größeres Geschäft und ansonsten in kleinere, wenn es schneller gehen muss und ich nur wenige Sachen brauche“.[234]
„Ausgefallene Sachen sucht man in größeren Märkten“.[235]
„Bei den Diskontern reicht mir die kleinere Auswahl“.[236]

Wie auch schon aus den Antworten der vorhergehenden Fragen hervorging, nützt man kleinere Läden und Diskonter vorzugsweise als Ergänzung zu größeren Supermärkten, sofern man einige wenige Artikeln benötigt und nicht viel Zeit für den Beschaffungsvorgang aufwenden möchte.
„Wenn man was vergessen hat, muss man lange Laufwege in Kauf nehmen“.[237]

[230] Transkript # 20
[231] Transkript # 12
[232] Vgl. zB Transkript # 10 oder 20
[233] Transkript # 16
[234] Transkript # 22
[235] Transkript # 26
[236] Transkript # 6
[237] Transkript # 11

So gesehen ließe sich jene Person, welche die Auswahl als eher zu klein bezeichnete, unter Umständen ebenfalls in die vorige Kategorie einordnen, zumal auch hier speziell die kleineren Läden angesprochen wurden und man im Allgemeinen mit der Auswahl zufrieden sei.
„In den kleinen Läden gibt es nicht alles was man so braucht. Nur von denen alleine könnte man nicht leben**.**“[238]
Eher zu groß ist die vorhandene Produktauswahl für ein Drittel der befragten Personen. Der Altersdurchschnitt jener Personen ist augenscheinlich deutlich höher, als bei den Personen, für die die Auswahl genau passend ist, was vorrangig daran liegt, dass sämtliche Interviewteilnehmer ab Mitte 60 diese Ansicht vertreten.
Anbei noch zwei recht gegensätzliche Positionen im Bezug auf große Produktauswahlmöglichkeiten:
„Ich finde, die Auswahl kann gar nicht zu groß sein für mich“.[239]
„Das ist eine offensichtliche Förderung des Konsumwahns“.[240]

Sehen wir uns nun im Detail an, bei welchen Produktgruppen es aus Konsumentensicht konkret zu viel oder zu wenig Auswahlmöglichkeit gibt.

Frage: „Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?“

Produktgruppe	Nennungen	Transkript #
Bier	1	6
Fertiggerichte (Suppen, Tiefkühlkost, etc.)	2	2, 10
Bioprodukte / gesunde Qualitätsprodukte	4	4, 16, 20, 22
Joghurts und ähnliche Milchprodukte	3	1, 5, 6
Sojaprodukte	3	5, 12, 16
Cerealien	1	5
Dinkelprodukte	1	5
inländisches Obst und Gemüse	2	4, 8
exotisches Obst	1	5
exotischere / ausgefallenere Produkte	1	15
Gewürze	1	4
Pflegeprodukte / Kosmetikartikel	1	16

Tab. 17: Produktgruppen mit zu wenig Auswahlmöglichkeit

Quelle: Eigenerhebung

[238] Transkript # 5
[239] Transkript # 21
[240] Transkript # 11

Produktgruppe	Nennungen	Transkript #
Bier	2	7, 15
Sonst. alkoholhaltige Getränke (außer Bier)	1	29
Softgetränke / Mineralwässer	5	4, 18, 23, 26, 29
Fertigprodukte (Suppen, Tiefkühlkost, etc.)	3	1, 9, 27
Bioprodukte	2	13, 17
Joghurts und ähnliche Milchprodukte	6	3, 10, 14, 19, 23, 24, 25, 28
Milch	1	14
Käse	2	26, 30
Brot und Backwaren	2	6, 24
Fleisch- und Wurstwaren	4	1, 7, 9, 30
Obst und Gemüse	4	2, 7, 9, 30
Salzgebäck (Chips, Popcorn etc.)	2	6, 10
Süßwaren	7	2, 6, 15, 23, 24, 26, 30
Pflegeprodukte / Kosmetikartikel	2	11, 17
Klopapier	1	7
Tiernahrung	1	8

Tab. 18: Produktgruppen mit zu viel Auswahlmöglichkeit

Quelle: Eigenerhebung

Für Kontroversen sorgen Bioprodukte, Fertiggerichte, Joghurts, Obst und Gemüse aber auch Bier und Kosmetikartikel. Gerade beim Obst und Gemüse erkennt man vielfach den Wunsch nach mehr heimischen, saisonalen Angeboten, während ausländische Erzeugnisse hinsichtlich Qualität und weiten Transportstrecken mit Argwohn bedacht werden.[241]
Am ehesten vermisst werden- neben spezifischen Milchprodukten - Sojaprodukte und Bioprodukte, bzw. gesunde Qualitätsprodukte.
Wie schon in Tabelle 14 ersichtlich, gibt es auch einige Konsumenten, die ein gewisses Maß an Abwechslung benötigen und gerne neue Produkte ausprobieren, speziell im Bereich der Fertigprodukte, bei den Joghurts, beim Bier und bei diversen exotischeren Produkten.
„Wenn es mehr Auswahl gibt habe ich eben die Möglichkeit, mir ein für mich passendes Produkt herauszusuchen“.[242]
„Grundsätzlich lieber ein wechselhaftes Sortiment als mehr Auswahl. Ich bin halt einer, der gerne ausprobiert“.[243]

Es gilt noch herauszufinden, inwieweit Konsumenten bei der Fülle an Auswahlmöglichkeiten den Überblick behalten können.

[241] Vgl. zB Transkript # 2 oder 4
[242] Transkript # 12
[243] Transkript # 7

Frage: „Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?“

Überforderung bei Produktauswahl	Nennungen	Transkript #
Ja	3	8, 11, 26
Nur selten	6	3, 5, 6, 9, 15, 20
Nein, außer in großen Supermärkten	6	1, 4, 13, 14, 19, 30
Nein	15	2, 7, 10, 12, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 29

Tab. 19: Überforderung bei der Produktauswahl

Quelle: Eigenerhebung

Eher überfordert fühlen sich drei männliche Großstädter aus 2 – 3 Personen Haushalten. Sehen wir uns zunächst an, was diese Herren zu sagen hatten.
„Ich bin überfordert, weil ich so selten einkaufen gehe und mich immer wieder aufs Neue orientieren muss“.[244]
„Es ist manchmal eine echte Herausforderung, bei so viel Angebot pro Produktart in der Schnelle einen Preisvergleich durchzuführen. Am Ende hat man das unbefriedigende Gefühl, dass man mehr Geld hätte sparen können, wenn man sich mehr Zeit zum Vergleichen genommen hätte“.[245]
„Lieber weniger Auswahl, aber dafür weniger zahlen, finde ich“.[246]

Eine Schnittmenge aus sechs Personen kommt im Regelfall gut zurecht, in einigen seltenen Fällen – speziell bei Artikeln, die nicht so häufig gekauft werden – kann der Überblick allerdings verloren gehen. Wie das in der Praxis aussieht, lässt sich gut durch einige Zitate beschreiben:
„Beim Käseangebot fühle ich mich manchmal überfordert, da stehe ich oft lange beim Regal und kann mich nicht entscheiden“.[247]
Bei derartigen Entscheidungsschwierigkeiten wird entweder impulsiv entschieden oder kurzerhand nach gewohnten Handlungsmustern zu vertrauten Artikeln gegriffen.
„Ich hätte jetzt nicht gesagt, dass ich mich überfordert fühle, aber wenn ich so darüber nachdenke, dann erschlägt mich das Angebot an Knabbersachen und Getränken schon immer wieder und ich werde dann manchmal ungeduldig und nehme, was mir so ins Auge springt, weil ich halt nicht so lange stehen will, um mir jedes Produkt und jedes Preisschild genau anzuschauen“.[248]

[244] Transkript # 26
[245] Transkript # 8
[246] Transkript # 11
[247] Transkript # 3
[248] Transkript # 6

„Wenn es wirklich viel Angebot gibt, nehme ich mir nicht die Zeit dafür, um eine Wahl zu treffen, sondern bleibe bei dem Produkt, dass ich kenne“.[249]
„Da ich aber den Großteil des Sortiments ignoriere, behalte ich den Überblick“.[250]

Dass größere Supermärkte mehr Auswahl zu bieten haben ist unlängst bekannt. Dort kommt es nach eigenen Angaben bei sechs Personen, die in etwas kleineren Läden den Überblick behalten, mitunter zu Orientierungsschwierigkeiten:
„Da stehe ich vor dem Regal und bin überfordert, vor allem wenn was umgestellt wird“.[251]
„Je gestresster man selbst ist, desto lästiger ist ein großes Geschäft. Die sind insgesamt zu groß und die Wege sind zu lang“.[252]
Die Größe alleine ist dabei nicht vollends ausschlaggebend. Die Orientierungsschwierigkeiten werden umso gravierender sein, je seltener der jeweilige Markt aufgesucht wird.
„In Frankreich habe ich mich mal total überfordert gefühlt in so einem Hypermarkt, dort war es schwierig, sich zurecht zu finden, da dort das Angebot massenhaft war“.[253]

Gemessen an der gesamten Stichprobe sieht sich die Hälfte davon allgemein in der Lage, trotz Angebotsvielfalt den Überblick zu behalten.
„Man muss sich da durch die große Auswahl schon mehr Zeit nehmen, aber wenn man sich die nimmt, ist das ganz gut möglich“.[254]
Man nimmt sich die erforderliche Zeit und lässt sich nicht so leicht beirren.
„Wenn‘s irgendein Produkt ist, das ich einmal im Jahr brauche, zB Spülmitteltabs, dann kommt es unter Umständen vor, dass ich länger suchen muss und einen Verkäufer frage“.[255]
Letztere angesprochene Gruppe beinhaltet auffälligerweise eine große Mehrheit an allen 45-80jährigen Interviewteilnehmern. Offenkundig handelt es sich um erfahrene, routinierte Einkäufer, die schon seit einigen Jahren in ihrer jeweiligen Wohnumgebung ansässig sind.[256] Aber nicht ausschließlich. Sofern die Einkäufe weitestgehend von der Partnerin/dem Partner oder aber auch von den Eltern (oder anderen Bezugspersonen) getätigt werden, bleibt die Übersicht scheinbar auch bei sporadischen Erledigungen aufrecht, solange nur einige wenige, spezifische Produktgruppen ins Auge gefasst werden müssen.
„Meine Frau weiß eh wo alles ist und ich schaue maximal wegen den Getränken, oder dem Fleisch“.[257]

[249] Transkript # 20
[250] Transkript # 9
[251] Transkript # 13
[252] Transkript # 14
[253] Transkript # 4
[254] Transkript # 2
[255] Transkript # 10
[256] Vgl. hierzu Kapitel 4.10
[257] Transkript # 17

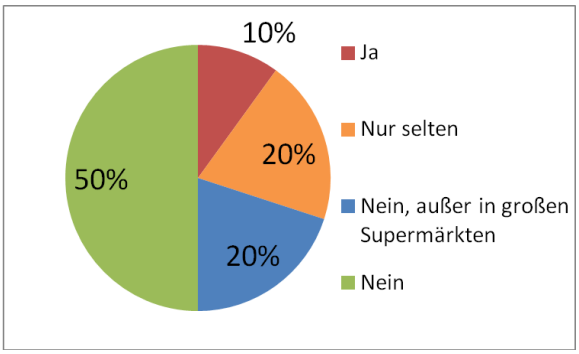

Abb. 3: Überforderung bei der Produktauswahl

Quelle: Eigendarstellung

4.1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Frage: „Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben? Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten? Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?“

Auch hier fielen die Antworten wieder recht unterschiedlich aus. Beinahe ein Drittel achtet kaum bis gar nicht auf Lebensmittelkennzeichnungen. Es geht sogar so weit, dass man meint, auf den Packungen wäre zu viel an Information abgedruckt, was zu Unübersichtlichkeit führe.[258] Mehrfach werden die Korrektheit und der Wahrheitsgehalt der Angaben angezweifelt.[259]
„Ich zweifle aber manchmal, ob das auch wirklich drinnen ist, was drauf steht“.[260]
„Da wird viel geschummelt und gemogelt.[261]
Nicht eindeutig ersichtlich ist, was sich bei den Inhaltsangaben hinter den Abkürzungen, Fremdwörtern und E-Nummern verbirgt.[262] Der Konsument fühlt sich hier klar überfordert.
„Das wird oft so schwammig hingeschrieben und die Konsumenten, die sich nicht damit auseinandersetzen, die kennen sich nicht aus“.[263]
Reagiert wird teilweise in Form einer Ablehnung des mangelhaft oder unverständlich gekennzeichneten Produktes.[264]
„Wenn es so ist, dass ich das Gefühl habe „da fehlt mir eine Information, die wichtig wäre“, dann nehme ich das Produkt einfach nicht“.[265]

[258] Vgl. zB Transkript # 11, 15 oder 28
[259] Vgl. zB Transkript # 3, 23 oder 24
[260] Transkript # 3
[261] Transkript # 23
[262] Vgl. zB Transkript # 5, 12, 24, 26 oder 29
[263] Transkript # 12
[264] Vgl. zB Transkript # 1, 16 oder 19
[265] Transkript # 10

„Wenn ich nicht genau verstehe, was da wirklich drinnen ist, dann kaufe ich es wie gesagt nicht“.[266]
Ablaufdatum und Inhaltsstoffe werden in vereinzelten Fällen gänzlich vermisst, so zum Beispiel bei Fleisch- und Wurstwaren in der Feinkostabteilung.[267]
Einige Konsumenten bemängelten die teils schwierige Auffindbarkeit des Haltbarkeitsdatums.[268]
„Das Haltbarkeitsdatum ist teilweise schwer zu finden, da muss man länger suchen“.[269]
In zwei Fällen sorgen die unterschiedlichen Haltbarkeitsausprägungen bei der Milch für Konfusion.[270] Nicht ganz klar ist den Verbrauchern hier, inwiefern sich die Frischmilch, die „Länger frisch“-Milch bzw. die Haltbarmilch voneinander unterscheiden.
Beanstandet wurde ansonsten noch die sehr kleine und deswegen schlecht lesbare Schrift.
„Für ältere Leute ist das Kleingedruckte schon ein Problem“.[271]
„Da brauchst du manchmal eine Lupe, damit man das lesen kann“.[272]
„Die Beschriftungen sind absichtlich zu klein und versteckt abgedruckt. Damit sollen die Konsumenten gezielt getäuscht werden, indem sie sich weniger Sorgen machen“.[273]
Insbesondere die spezifischen Preise sind im Regelfall zu klein ausgeschildert, was Preisvergleiche unnötig erschwert.
„Und der Preis pro Kilo oder Liter usw. ist so klein geschrieben, dass man meist gar keine Lust hat den zu lesen, finde ich halt“.[274]
„Die Preise, die der besseren Vergleichbarkeit dienen, sind zu klein angeschrieben. Das nimmt einem schon die Freude am Preisvergleich“.[275]

Geäußerte Wünsche und Verbesserungsvorschläge:
Man erwartet sich zB, dass detailliert und verständlich angegeben ist, von wo genau nicht nur das Produkt, sondern auch die einzelnen Rohstoffe stammen. Für viele Konsumenten ist es wichtig, österreichische Qualitätserzeugnisse zu kaufen. Die Inhaltsstoffe/Zusatzstoffe, der Fettgehalt und der Kaloriengehalt, aber auch der Energieverbrauch bei der Erzeugung sollen außerdem deutlich und übersichtlich angeschrieben sein, damit auf einen Blick klar ist, wie gesund/ungesund und umweltverträglich die entsprechenden Produkte sind.[276] Selbiges betrifft auch die

[266] Transkript # 1
[267] Vgl. zB Transkript # 16 oder 21
[268] Vgl. zB Transkript # 1, 6 oder 15
[269] Transkript # 1
[270] Vgl. Transkript # 14 und 22
[271] Transkript # 14
[272] Transkript # 29
[273] Transkript # 4
[274] Transkript # 6
[275] Transkript # 18
[276] Vgl. zB Transkript # 10, 16, 20 oder 24

Eignung für Vegetarier und Diabetiker.[277]
„Sagen wir es mal so, als Vegetarier hätte ich den Anspruch, dass ich wirklich weiß, ob es mit Fleisch oder tierischen Substanzen in Berührung gekommen ist im Fertigungsprozess“.[278]
Gefordert wird fallweise die eindeutige Sichtbarmachung der schädigenden Wirkung eines Lebensmittels, so zB durch Ampelfarben oder standardisierte und klar kommunizierte Verpackungsaufdrucke.[279] Standardisierungen und Vereinheitlichungen wären zugunsten der Produktvergleichbarkeit von Vorteil.[280]
Um dem Kapitel „Konsumentenschutz“ vorzugreifen: strenge Kontrollen hinsichtlich Wahrheitsgehalt bzw. Vollständigkeit der Kennzeichnungen werden ebenso als notwendig erachtet.[281]
Was die E-Nummern und Abkürzungen bei den Inhaltsstoffen betrifft, kann man sich ein hürdenfrei zugängliches Verzeichnis vorstellen, das Transparenz und Übersicht gewährleisten soll.[282]
Von und für Personen mit Sehschwächen wird der Wunsch nach größerer und lesbarerer Beschriftungen auf Etiketten und Verpackungen geäußert.[283] Wegen Platzproblemen auf manchen Verpackungen wird dies allerdings nicht immer problemlos möglich sein. Größere Verpackungen für mehr Text können weder im Sinne der Verbraucher noch der Nachhaltigkeit sein.
„Größere Schrift würde zu größerer Verpackung führen, das möchte ich nicht“.[284]

Quantitativ erhoben wurde abschließend noch die Wichtigkeit von ausgewählten Produktinformationen. Mittels Schulnoten bewerteten die Interviewteilnehmer, wie sehr sie auf die einzelnen Merkmale bei der Kennzeichnung achten.

Frage: „Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig?“

[277] Vgl. zB Transkript # 5 oder 7
[278] Transkript # 7
[279] Vgl. zB Transkript # 6 oder 20
[280] Vgl. zB Transkript # 14 oder 15
[281] Vgl. zB Transkript # 26 oder 28
[282] Vgl. zB Transkript # 9
[283] Vgl. zB Transkript # 14, 16, 27, 29 oder 30
[284] Transkript # 21

Produktinformation	Note (Mittelwert)	Note (Modalwert)	Beste Note	Schlechteste Note
Grundpreis	2,27	1	1	5
Ablaufdatum	1,53	1	1	4
Inhaltsstoffe / Zusatzstoffe	2,53	1	1	5
Herkunftsland	1,87	1	1	4
Hersteller / Produzent	2,67	3	1	5
Umweltverträglichkeit	2,60	2	1	5
Mittelwert (Gesamt)	**2,24**			

Tab. 20: Wichtigkeit von Produktinformationen bei Lebensmitteln (Gesamte Stichprobe)

Quelle: Eigenerhebung

Produktinformation	Jüngere (Mittelwert)	Ältere (Mittelwert)	Frauen (Mittelwert)	Männer (Mittelwert)
Grundpreis	2,53	2,00	2,06	2,50
Ablaufdatum	1,33	1,73	1,25	1,86
Inhaltsstoffe / Zusatzstoffe	2,53	2,53	2,56	2,50
Herkunftsland	2,07	1,67	1,69	2,07
Hersteller / Produzent	3,13	2,20	2,31	3,07
Umweltverträglichkeit	2,73	2,47	2,69	2,50
Mittelwert (Gesamt)	**2,39**	**2,10**	**2,09**	**2,42**

Tab. 21: Wichtigkeit von Produktinformationen bei Lebensmitteln (Aufschlüsselung nach Alter und Geschlecht)

Quelle: Eigenerhebung

Produktinformation	Schlechter-verdiener (Mittelwert)	Besser-verdiener (Mittelwert)	Schlechter-gebildete (Mittelwert)	Besser-gebildete (Mittelwert)
Grundpreis	2,41	2,08	2,53	2,08
Ablaufdatum	1,41	1,69	1,53	1,72
Inhaltsstoffe / Zusatzstoffe	2,41	2,69	2,47	2,50
Herkunftsland	2,11	1,54	1,80	2,02
Hersteller / Produzent	2,82	2,46	2,60	2,60
Umweltverträglichkeit	2,65	2,54	2,73	2,41
Mittelwert (Gesamt)	**2,30**	**2,17**	**2,28**	**2,23**

Tab. 22: Wichtigkeit von Produktinformationen bei Lebensmitteln (Aufschlüsselung nach Einkommen und Bildung)

Quelle: Eigenerhebung

Die Mittelwerte der einzelnen Produktinformationskategorien liegen zwischen 1,5 und 3. Am meisten Beachtung finden insgesamt das Ablaufdatum und das Herkunftsland. Niemand hat hier die schlechteste Note vergeben. An den Mittel- und Modalwerten zeigt sich, dass vor allem der Herstellername aber auch die Umweltverträglichkeit eines Produktes am wenigsten wichtig für die Kaufentscheidung sind.
Vergleicht man die jüngeren Konsumenten mit den älteren, erkennt man, dass für letztere Gruppe der Grundpreis, der Hersteller und das Herkunftsland sichtlich bedeutsamer sind. Selbiges gilt auch für die Umweltverträglichkeit der Verpackung und Herstellung. Die Jüngeren vergeben dafür beim Ablaufdatum etwas bessere Noten.
Frauen scheinen generell mehr auf Produktinformationen zu achten als Männer. Bis auf die Inhaltsstoff /Zusatzstoffe und die Umweltverträglichkeit sind ihnen alle Kategorien wichtiger als den Männern.
Besserverdiener legen alles in allem ein wenig mehr Wert auf Produktinformationen als Schlechterverdiener. Aufgrund von größerer Geldknappheit möchte man meinen, Personen aus Haushalten mit weniger Einkommen orientieren sich verstärkt am Grundpreis, laut Tabelle 22 ist eher das Gegenteil der Fall. Außerdem dürften ihnen der Herstellername, das jeweilige Herkunftsland und Umweltverträglichkeitskennzeichnungen etwas weniger wichtig sein, als den Personen mit höherem Haushaltseinkommen. Genau andersrum verhält es sich mit dem Ablaufdatum in den Inhaltsstoffen.
Recht ähnlich sieht es im direkten Vergleich der Schlechtergebildeten mit den Bessergebildeten aus, mit einer Ausnahme: das Herkunftsland spielt für die weniger gebildeten eine größere Rolle und für die Kategorie „Hersteller/Produzent“ ergibt sich der gleiche Mittelwert.

4.1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

„Im Lebensmittelbereich werden zu Werbezwecken eine Vielzahl von Marken- und Gütezeichen verwendet, durch die den KonsumentInnen Produktqualitäten oder bestimmte Herstellungsregelungen mitgeteilt werden sollen. Vielfach sind die KonsumentInnen aber mit der Beurteilung der Aussagekraft derartiger Zeichen überfordert, auch weil die jeweils dahinterstehenden Kriterien nicht bekannt sind“.[285] Erhoben wird an dieser Stelle, ob Konsumenten grundsätzlich auf Gütezeichen achten, welche davon im Gedächtnis hängen geblieben sind und auch welche ihnen persönlich im Sinne der Kaufentscheidung wichtig sind.

Da die Gefahr besteht, dass gemäß der sozialen Wünschbarkeit geantwortet wird, wurden die Interviewteilnehmer zuerst nach ihrer Fremdeinschätzung gefragt.

Frage: „Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?“

[285] Beck/Steiner/Floss (2010), S. 7

Beachtung von Gütezeichen	Nennungen	Transkript #
Ja / eher schon	9	7, 8, 9, 13, 18, 19, 23, 24, 28
Mehrheitlich nicht, aber Interesse steigt	4	4, 11, 20, 21
Nein / eher nicht	14	2, 3, 5, 6, 10, 12, 14, 15 16, 17, 22, 26, 27, 29
Teils-teils / es gibt solche und solche / es kommt darauf an	3	1, 25, 30

Tab. 23: Beachtung von Gütezeichen durch andere Konsumenten

Quelle: Eigenerhebung

Die Einschätzungen fielen höchst unterschiedlich aus.
Immerhin knapp ein Drittel vermutet, dass Verbraucher so insgesamt eher doch auf Gütezeichen achten.
„Ich glaube, dass gibt ihnen eine Sicherheit. Eine Sicherheit, dass das nicht schädlich ist oder dass das ein einheimisches Produkt ist“.[286]

Den Eindruck eines ansteigenden Interesses haben vier Personen.
„Ich glaube, dass da viel mehr geschaut wird als früher“.[287]
„Aufgrund der Vielfalt an Gütezeichen verliert man jedoch leicht den Überblick“.[288]
Der bestehende „Zeichendschungel“ beeinträchtigt insgesamt die Übersichtlichkeit, Wirksamkeit und Aussagekraft.[289]
„Es weiß ja kaum jemand, was die überhaupt aussagen“.[290]
„Ich finde die Einführung von Gütezeichen an und für sich gut, aber es gibt zu viele, da verliert man den Überblick. Die sind mittlerweile nicht mehr so wirklich aussagekräftig“.[291]
„Es ist meistens unklar, wofür das Gütezeichen steht und deswegen ist einem das dann auch weniger wichtig“.[292]

Aus diesen und ähnlichen Gründen geht knapp die Hälfte der Stichprobe davon aus, dass Verbraucher im Schnitt kaum bis gar nicht auf Gütezeichen achten. Die Relevanz von preislichen Faktoren wird vielfach als höher eingestuft.
„Ich glaube, die Konsumenten schauen eher auf den Preis und weniger auf Gütezeichen und solche Sachen“.[293]

[286] Transkript # 9
[287] Transkript # 8
[288] Transkript # 20
[289] Vgl. zB Beck/Steiner/Floss (2010), S. 7
[290] Transkript # 3
[291] Transkript # 11
[292] Transkript # 22
[293] Transkript # 26

„Ich habe das Gefühl, dass zu viele Leute auf „Geiz ist geil“ setzen“.[294]
Einkommensschwächere Personen gewichten ihre Präferenzen dem Anschein nach gänzlich anders.
„Menschen, die nicht so viel Geld zur Verfügung haben, werden nicht so darauf achten, weil sie auf andere Dinge schauen müssen“.[295]
„Die Mehrheit muss eher aufs Geld schauen als ich. Die schauen dann eher auf den Grundpreis. Erst wenn man es sich leisten kann, dann schaut man mehr auf die Umwelt“.[296]

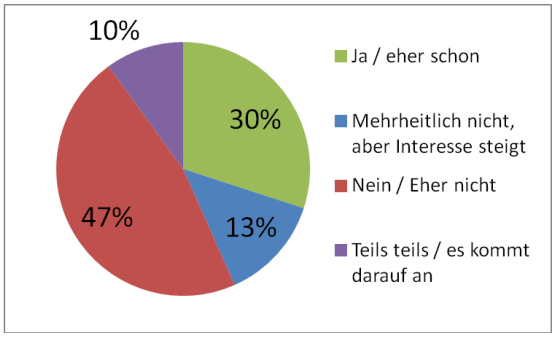

Abb. 4: Beachtung von Gütezeichen durch andere Konsumenten

Frage: „Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?“

Tabelle 24 zeigt, welche der Gütezeichen den befragten Verbrauchern geläufig sind. Nicht bei allen Zeichen handelt es sich um Gütezeichen im eigentlichen Sinne, der Vollständigkeit halber wurden aber alle Nennungen aufgelistet.
Mit Abstand am bekanntesten ist ganz eindeutig das AMA-Gütesiegel der Agrar Markt Austria (AMA). Bis auf eine Ausnahme wurde es von jedem aufgezählt, von allen genannten Gütezeichen sogar am schnellsten. Hilfreich dabei war sicherlich auch die Tatsache, dass hier schon das Wort „Gütesiegel“ im Namen steckt. Unbestreitbar konnte sich dieses Zeichen jedenfalls am besten in den Köpfen der Verbraucher positionieren.
Dahinter liegt mit großem Respektabstand das Fairtrade-Zeichen, welches eher jüngeren Menschen bekannt ist.
Sehr ähnlich verhält es sich auch mit dem Markennamen Ja!Natürlich von Spar. Mehrheitlich wurde hier allerdings gefragt, ob jene Nennung überhaupt als Gütezeichen durchgehe, womit wir auch schon beim Kern des Problems wären. Es darf angenommen werden, dass noch einige mehr aus der Stichprobe die Marke Ja!Natürlich kennen, aber nicht die zu erfüllenden Qualitätsmerkmale dahinter sehen.

[294] Transkript # 10
[295] Transkript # 1
[296] Transkript # 21

Analog gilt dies selbstverständlich auch für die anderen Marken- und Gütezeichen. Im Interesse der Unternehmen sollte es doch sein, geprüfte Qualitätsnachweise klar verständlich zu kommunizieren. Alleine schon die Bedeutung des Begriffes „Gütezeichen“ ist nicht selbstverständlich.
„Was genau ist eigentlich ein Gütezeichen?“.[297]
„Man weiß ja im Grunde gar nicht, was ein Gütezeichen eigentlich ist“.[298]

Bekannte Gütezeichen	Nennungen	Transkript #
AMA-Gütesiegel	29	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
Austria Bio Garantie	1	1
Austria-Gütezeichen	3	4, 12, 30
ARA (Altstoff Recycling Austria)	2	24, 27
BioBio	1	7
(Biologische Landwirtschaft)	1	14
Biofisch	1	25
Diverse Bio-Gütezeichen	7	4, 6, 9, 10, 19, 25, 28
Blauer Engel	2	1, 4
Demeter	1	22
Dolphin Safe	2	22, 29
Energieverbrauchskennzeichnung	1	26
Fairtrade	11	1, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 21, 25, 26
Gentechnik-Frei erzeugt	2	13, 14
Grüne Punkt	1	15
Ja!Natürlich	9	3, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 18, 20
MSC (Marine Stewardship Council)	1	4
Natur*pur	1	8
Rainforest Alliance	1	1
TÜV-Gütesiegel	1	4
Zurück zum Ursprung	1	7, 9
Zurück zum Ursprung CO2 Fußabdruck	1	4

Tab. 24: Bekanntheitsgrad von Gütezeichen

Quelle: Eigenerhebung

Verwirrung stiftend sind auch die zahlreichen „Bio-Zeichen“. Sie wurden von insgesamt sieben Befragten angesprochen, aber es konnten hier keine konkreten Zeichen genannt werden. Als Beispiel die Nennung eines „Zeichens für biologische

[297] Transkript # 2
[298] Transkript # 20

Landwirtschaft“[299]: hier könnte sowohl das Bioland-Zeichen, oder aber auch das EU-Bio-Zeichen für biologische Landwirtschaft gemeint sein.
Alle restlichen Gütezeichen wurden nur vereinzelt genannt. Selbst das hierzulande doch recht häufig vertretene Austria-Gütezeichen fiel nur 10% der Stichprobe ein.
Höhere Bildung und höheres Einkommen sind kein Garant für eine erhöhte Wahrnehmung von Gütesiegeln

Nur weil das ein oder andere Gütezeichen mental spontan abgerufen werden konnte, heißt das noch lange nicht, dass es für die Kaufentscheidung und Zahlungsbereitschaft auch ausschlaggebend ist.

Frage: „Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?“

Wichtige Gütezeichen	Nennungen	Transkript #
Keines	11	1, 2, 5, 6, 8, 14, 15, 16, 17, 20, 24
Ja!Natürlich	3	3, 11, 12
MSC	1	4
Austria-Gütezeichen	1	4
Fairtrade	5	7, 9, 10, 11, 21
BioBio	1	7
AMA-Gütesiegel	12	9, 12, 18, 19, 21, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30
Gentechnik-Frei erzeugt	1	13
Demeter	1	22
Dolphin Safe	1	29

Tab. 25: Für die Kaufentscheidung wichtige Gütezeichen

Quelle: Eigenerhebung

Für elf Personen ist kein einziges Gütezeichen wichtig. Es zeigt sich, dass in erster Linie die unter 30jährigen wenig von den bestehenden Gütezeichen halten. Oder besser ausgedrückt: bis zu einem gewissen Grad erhöht das Vorhandensein von Gütezeichen die Kaufwahrscheinlichkeit, Kauffrequenz und Zahlungsbereitschaft, es wird aber in der Regel nicht nach ganz bestimmten Siegeln gesucht, zumal wie bereits festgestellt die Transparenz hinsichtlich der Prüfkriterien für den Verbraucher ohnehin im Großen und Ganzen nicht gegeben ist.
„Naja, wichtig… es ist sicher gut, wenn ein Gütezeichen drauf ist, aber aktiv suche in nicht danach, muss ich gestehen“.[300]
„Da müsste ich vorher wissen, was die einzelnen Gütezeichen beinhalten und was sie

[299] Vgl. Transkript # 14
[300] Transkript # 14

aussagen“.[301]
„Für mich ist es ein Bonus, wenn ich weiß, dass die Lebensmittel Bio sind, aus Österreich kommen und keine schädlichen Inhaltsstoffe drinnen sind. Also Gütezeichen sind demnach ein positives Kaufargument, aber ich suche jetzt nicht aktiv nach bestimmten Gütezeichen auf der Packung“.[302]
„Ich finde es gut, wenn die Sachen in Österreich produziert werden und von dem her, dass es aus Österreich kommt, ist es mir sehr wichtig. Ich kaufe lieber Sachen aus Österreich als vom Ende der Welt“.[303]

Bei den jüngeren Konsumenten kommen in diesem Kontext am ehesten noch die Fairtrade und Ja!Natürlich Produkte an.
„Ja!Natürlich ist ein Zeichen für gute Qualität für mich, daran orientiere ich mich. Da ist dann die Kaufwahrscheinlichkeit und Zahlungsbereitschaft größer“.[304]
„Da schaue ich drauf und bin auch bereit mehr zu bezahlen“.[305]

Das AMA-Gütesiegel ist nahezu jedem ein Begriff, wie schon Tabelle 21 zeigte, wirklich wichtig ist es aber nur für 40%, darunter keine unter 30jährigen und fast alle über 60jährigen.
„Das AMA ist mir schon recht wichtig, denn das sagt sicher einiges über Qualität und Kontrolle aus“.[306]
„Das AMA ist mir schon wichtig. Bei Gemüse und Milchprodukten schaue ich jedenfalls, ob das draufsteht“.[307]
„Das AMA, denn wenn das nicht drauf ist, dann bin ich eh schon misstrauisch“.[308]
„Das AMA-Gütesiegel ist überhaupt das Überflüssigste. Es sagt eigentlich gar nichts aus, außer, dass es aus Österreich kommt“.[309]

[301] Transkript # 20
[302] Transkript # 6
[303] Transkript # 10
[304] Transkript # 11
[305] Transkript # 9
[306] Transkript # 26
[307] Transkript # 19
[308] Transkript # 12
[309] Transkript # 1

4.2 Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

In diesem Kapitel geht es nicht mehr wie bisher um die Einkäufe des täglichen Bedarfs, sondern vielmehr um größere, nicht alltägliche Anschaffungen. Zur Komplexitätsreduktion wird in erster Linie auf Bekleidung und Elektronikprodukte eingegangen.

Frage: „Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders? Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?“

Aus den unterschiedlichen Erzählungen wurde versucht herauszulesen, ob die Anschaffung von Bekleidung oder Elektronikprodukten/Elektrogeräten eher als eine Art Erlebnis oder Notwendigkeit angesehen wird. Unter Berücksichtigung der dafür aufgewandten Zeit. Es geht hier weniger darum, wie viel Zeit insgesamt in den Beschaffungsvorgang investiert wird, sondern eher um die grundlegende Einstellung, sprich: ob man an einer möglichst raschen Abwicklung interessiert ist, oder der Zeitfaktor quasi eher eine untergeordnete Rolle spielt.

Einkauf von Bekleidung	Nennungen	Transkript #
eher Erlebnis / nimmt sich Zeit	17	1, 3, 5, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 18, 19, 23, 24, 25, 26, 27, 29
eher Erlebnis / schnelle Abwicklung	1	4
Notwendigkeit / nimmt sich Zeit	2	15, 28
Notwendigkeit / schnelle Abwicklung	10	2, 6, 7, 11, 17, 20, 21, 22, 30
Beschäftigt sich nicht damit	1	8

Tab. 26: Erlebnis beim Einkauf von Bekleidung

Quelle: Eigenerhebung

Einkauf von Elektronikprodukten	Nennungen	Transkript #
eher Erlebnis / nimmt sich Zeit	12	1, 2, 4, 5, 6, 12, 13, 15, 24, 25, 26, 29
eher Erlebnis / schnelle Abwicklung	3	7, 8, 10
Notwendigkeit / schnelle Abwicklung	10	3, 9, 11, 14, 17, 18, 20, 21, 22, 23
Beschäftigt sich nicht damit	5	16, 19, 27, 28, 30

Tab. 27: Erlebnis beim Einkauf von Elektronikprodukten

Quelle: Eigenerhebung

Allgemein gesehen werden größere, außergewöhnlichere Anschaffungen in einem gänzlich anderen Licht betrachtet, als alltägliche Besorgungen in Supermärkten. Dies begründe sich damit, dass sie weit seltener vorkommen, man sich etwas gönne und wesentlich mehr Zeit und Aufwand in die Informationsbeschaffung und Selektion stecke. Auch an dieser Stelle wieder lassen sich die Meinungen am besten durch einige repräsentative Zitate veranschaulichen.

„Da hat man das Gefühl, sich selbst etwas zu gönnen. Essen ist ja gleich verbraucht. Über eine Jeans freue ich mich sicher mehr, als über ein Milchpackerl“.[310]

„Man hat diese Produkte länger als Lebensmittel, deswegen muss man da sorgfältiger auswählen“.[311]

„Das fängt schon damit an, dass ich mich frage, ob ich es wirklich brauche.“[312]

„Da steckt sehr viel Aufwand dahinter, die Produkte zu vergleichen und das günstigste herauszusuchen“.[313]

„Es ist ein höherer Geldbetrag, den ich ausgebe, deswegen beschäftige ich mich damit umso mehr“.[314]

„Da brauche ich viel länger, weil ich mir die Produkte genauer ansehe“.[315]

„Weil ich mir da wirklich Zeit nehme, das ist ein bewussteres Einkaufen. Da nehme ich mir mehr Zeit zum Überlegen“.[316]

„Man nimmt sich da mehr Zeit dafür, da man es nicht alle Tage macht“.[317]

„Das macht mehr Spaß, weil es keine Verpflichtung ist, sondern weil man sich Luxusgüter kauft, die einem eine Freude bereiten“.[318]

„Man leistet sich ja nicht alle Tage etwas“.[319]

Konträr zu Supermärkten betreten viele Konsumenten Bekleidungsgeschäfte, Elektrofachmärkte, Möbelhäuser und ähnliches des Öfteren ohne konkrete Kaufabsichten. Eher steht dahinter die Absicht, sich Informationen, Anregungen und Ideen zu holen, oder es ist ganz einfach ein Zeitvertreib zu Freizeitgestaltungszwecken.

„Manchmal kaufe ich nichts, ich gehe nur hin und schaue“.[320]

„Da schlendern wir gemütlich durch die Geschäfte und freuen uns, wenn uns etwas ins Auge sticht“.[321]

Dass man das auch ein wenig anders sehen kann, dürfte klar sein.

[310] Transkript # 12
[311] Transkript # 3
[312] Transkript # 7
[313] Transkript # 4
[314] Transkript # 8
[315] Transkript # 26
[316] Transkript # 13
[317] Transkript # 23
[318] Transkript # 2
[319] Transkript # 9
[320] Transkript # 16
[321] Transkript # 26

„Nur schauen macht mich traurig, denn das heißt ja, dass ich zu wenig Geld habe, mir etwas zu kaufen“.[322]
„Ich habe keine Geduld für sowas. Mir ist die Zeit dafür zu schade, es macht mich nervös“.[323]

Die Verbrauchereinstellungen sind hier allgemein gesehen sehr individuell und kaum abhängig von Haushaltseinkommen, Bildung, Alter oder Geschlecht. Spricht man allerdings speziell die Beschaffung von Bekleidung, bzw. Elektronikprodukten an, ergeben sich teilweise recht interessante Korrelationen.

Mehr als die Hälfte der Interviewpartner beschreibt die Beschaffung von Bekleidung eher als Erlebnis, für das man sich gerne Zeit nimmt. Dem Klischee entsprechend geht dieses subjektive Empfinden von einem Großteil der befragten Frauen und einem beschaulichen Anteil aller Männer aus.
„Das ist relaxend, da versuche ich mich zu entspannen und lasse mich nicht stressen“.[324]
„Alles was ich an T-Shirts, Hosen und so weiter habe, das habe ich mir im Urlaub gekauft, denn da habe ich Zeit und es ist gleichzeitig eine Erinnerung an dort“.[325]
Dem entgegenstehend wird das Gewandeinkaufen von einem Drittel der Stichprobe als Notwendigkeit angesehen, deren Abwicklung möglichst schnell vollzogen werden will. In dieser Gruppe finden sich wiederum mehrheitlich männliche Konsumenten, aber auch einige Frauen über 50.
„Für mich ist das immer ein Horror, weil es für meinen speziellen Geschmack kaum etwas Passendes gibt. Der Aufwand des Anprobierens stößt mich ab“.[326]
Nicht für alle Gruppen gibt es ein passendes Angebot. Zu allem Überfluss leisten durch Werbung und Medien vermittelte Ideale einen höchst fragwürdigen Beitrag dazu, uns zu verdeutlichen, wie wir aussehen sollten und uns zu kleiden haben.
„Ich kaufe nicht gerne Gewand ein, weil ich zu dick bin. Es ist so. Das ist aufgrund der Figur ein Frusterlebnis“.[327]
„Bei uns in der Stadt gibt es kaum Geschäfte, in denen man etwas Passendes für alte Leute findet. Es ist jedesmal eine Qual, da etwas zu finden“.[328]

Drei Personen sehen das differenzierter und stehen mit ihren Präferenzen dazwischen. Eine Einzelperson beschäftigt sich grundsätzlich nicht damit, da Bekleidung aus privater Quelle bezogen wird.

[322] Transkript # 1
[323] Transkript # 11
[324] Transkript # 18
[325] Transkript # 10
[326] Transkript # 20
[327] Transkript # 21
[328] Transkript # 30

Wie sieht das nun konkret mit Elektronikprodukten, technischen Geräten und ähnlichem aus? [329] Jeder zweite sieht in deren Anschaffung eher eine Art Erlebnis, wobei sehr häufig der damit verbundene Informationsbeschaffungsaufwand und Produktvergleich Erwähnung fand. Die dafür notwendige Zeit wird tendenziell aber gerne aufgewandt. Drei jüngere Herren sind hier stark auf Effizienz bedacht.
Wie auch schon beim vorher angesprochenen Gewandeinkauf sieht auch in diesem Bereich ein Drittel der Stichprobe eine möglichst schnell abzuwickelnde Notwendigkeit. Einige Personen, die gerne Gewandshoppen gehen und sich dabei Zeit lassen, können keine Begeisterung für elektronische Erzeugnisse, respektive technische Geräte aufbringen und vice versa.
Kein Interesse an Elektronik und technischen Gerätschaften bekunden fünf Personen ab 45 Jahren. Informationsbeschaffung, Selektion und Entscheidung werden an nahestehende Personen delegiert.
„In Elektronikgeschäfte gehe ich nur sehr ungern, das ist eher etwas für meinen Mann“.[330]
„Auf das müssen meine Kinder schauen, ich habe keine Ahnung von der ganzen Technik“.[331]
Primär sind es weibliche Konsumenten, die einräumen, sich für Technik generell nicht zu interessieren und in dieser Hinsicht recht unbedarft zu sein.[332]
„Elektronikprodukte shoppe ich nicht so gerne, da kenne ich mich zu wenig aus. Das muss dann schon schnell gehen“.[333]
Schnelllebigkeit und Angebotsvielfalt tragen gerade in technischen Belangen zur Überforderung und eigens empfundenen Hilflosigkeit einiger Konsumenten bei.
„Die Auswahl ist dermaßen groß, dass ich jemanden brauche, der mir bei der Entscheidung hilft“.[334]
Die These, Frauen interessieren sich im Gesamten eher fürs Shoppen nach Bekleidung, während Männer eher technikaffin sind, kann mit Vorbehalten bestätigt werden.

Um gleich bei der Anschaffung von technischen Produkten zu bleiben: mittels quantitativer Befragung wurde erhoben, welche Kriterien bei der Kaufentscheidung relevant sind. Damit die Frage nicht zu abstrakt ausfällt, schlug man den Probanden vor, dabei an einen Flachbildfernseher zu denken.

Frage: „Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten?“

[329] Zwar wird mehrheitlich der Begriff „Elektronikprodukte“ verwendet, gemeint sind nebenher nicht nur technische Geräte aller Art, sondern auch sonstige Artikel, die in einem Elektrohandel erstanden werden können. Dies wurde von den Interviewten auch so verstanden.
[330] Transkript # 19
[331] Transkript # 30
[332] Vgl. zB Transkript # 3, 12, 16, 17, 21, 25, 28 oder 30
[333] Transkript # 23
[334] Transkript # 20

Kriterium	Note (Mittelwert)	Note (Modalwert)	Beste Note	Schlechteste Note
Marke	2,73	3	1	5
Preis	1,47	1	1	3
Leistung (technische Daten)	1,83	1	1	5
Aussehen / Design	2,20	2	1	5
Benutzerfreundlichkeit	1,70	1	1	4
Garantiedauer	2,30	2	1	5
Ökologische Aspekte	2,50	2	1	5
Mittelwert (Gesamt)	**2,11**			

Tab. 28: Wichtigkeit von einzelnen Kaufkriterien bei größeren Anschaffungen (Gesamt)

Quelle: Eigenerhebung

Kriterium	Jüngere (Mittelwert)	Ältere (Mittelwert)	Frauen (Mittelwert)	Männer (Mittelwert)
Marke	2,73	2,73	2,81	2,64
Preis	1,27	1,67	1,44	1,50
Leistung (technische Daten)	1,47	2,20	2,13	1,50
Aussehen / Design	2,20	2,20	2,25	2,14
Benutzerfreundlichkeit	2,07	1,33	1,36	2,07
Garantiedauer	2,60	2,07	2,06	2,64
Ökologische Aspekte	2,70	2,33	2,19	2,86
Mittelwert (Gesamt)	**2,14**	**2,08**	**2,04**	**2,19**

Tab. 29: Wichtigkeit von einzelnen Kaufkriterien bei größeren Anschaffungen (Aufschlüsselung nach Alter und Geschlecht)

Quelle: Eigenerhebung

Kriterium	Schlechter-verdiener (Mittelwert)	Besser-verdiener (Mittelwert)	Schlechter-gebildete (Mittelwert)	Besser-gebildete (Mittelwert)
Marke	2,47	3,08	2,87	2,43
Preis	1,24	1,77	1,40	1,71
Leistung (technische Daten)	1,82	1,85	2,13	1,73
Aussehen / Design	2,41	1,92	2,20	2,14
Benutzerfreundlichkeit	1,94	1,38	1,33	2,05
Garantiedauer	2,05	2,69	2,20	2,34
Ökologische Aspekte	2,29	2,77	2,60	2,31
Mittelwert (Gesamt)	**2,03**	**2,21**	**2,14**	**2,10**

Tab. 30: Wichtigkeit von einzelnen Kaufkriterien bei größeren Anschaffungen (Aufschlüsselung nach Einkommen und Bildung)

Quelle: Eigenerhebung

Schenkt man den Durchschnitts- und Modalwerten Glauben, wird beim Kauf insgesamt am ehesten auf den Preis, die Benutzerfreundlichkeit und die Leistung geachtet. Erstere beiden Kriterien bekamen kein einziges „Nicht Genügend“, beim Preis war die schlechteste Note sogar „nur“ ein „Befriedigend“. Am wenigsten spannend bei der Kaufentscheidung ist offenbar die Marke. Aussehen/Design, Garantiedauer und ökologische Aspekte haben geringfügig besser abgeschnitten.
An dieser Stelle sei angezweifelt, ob die Benutzerfreundlichkeit im Vorfeld wirklich so einen hohen Stellenwert genießt. Üblicherweise erfährt man erst nach dem Kauf, wie benutzerfreundlich ein Gerät tatsächlich ist. Von allen genannten Kaufkriterien ist die Einfachheit der Bedienung am schwierigsten zu eruieren, wodurch es fraglich erscheint, ob ein derart großer Anteil der Verbraucher diese Mühen auf sich nimmt.
Die Benutzerfreundlichkeit ist neben den technischen Daten außerdem jenes Kriterium mit der größten Abweichung im Vergleich jüngerer und älterer Konsumenten. Während es älteren Konsumenten in Summe wichtiger ist, ein benutzerfreundliches Gerät zu kaufen, orientieren sich die jüngeren eher an der Leistung, achten aber auch mehr auf den Preis. Dafür liegen die Energieeffizienz und Garantiedauer bei den älteren Verbrauchern weiter vorne. Sonst finden sich hier keine weiteren Abweichungen.
Frauen sind insgesamt wählerischer beim Kauf eines Flachbildfernsehers, soweit dies aus Tabelle 29 hervorgeht. Marke, Leistung und Design sind trotzdem den Männern wichtiger.
Die größte Gesamtabweichung ergibt sich beim Stichprobenvergleich der anteiligen Haushaltseinkommen, gleichmäßig aufgeteilt auf im Haushalt lebende Personen. Bis auf die Leistung und die Benutzerfreundlichkeit wurden von den Personen mit niedrigerem Haushaltseinkommen pro Kopf alle Kriterien mit besseren Noten versehen. Dass bei niedrigerem Einkommen verstärkt auf den Preis, sowie die Garantiedauer Wert gelegt wird, dürfte nachvollziehbar sein. Bedenklich ist, dass ökologische Aspekte Besserverdienern weniger wichtig zu sein scheinen als Schlechterverdienern, wo doch ein höheres Einkommen einhergeht mit einer größeren sozialen Verantwortung im Konsum.
Leute mit einer formal höheren Bildung, achten mehr auf Marke, Leistung, Design und Ökologie, dafür weniger auf Preis, Benutzerfreundlichkeit und Garantiedauer als formal weniger Gebildete.

4.2.1 Kaufentscheidung, Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Für dieses Unterkapitel wurden die befragten Verbraucher gebeten, sich an ihre letzte getätigte größere Anschaffung zu erinnern. Aufbauend darauf folgten Fragen rund um die Kaufentscheidung und die damit zusammenhängende Informationsbeschaffung vor dem Kauf.

Frage: „Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung. Was kommt Ihnen da in den Sinn?“

Anschaffung	Nennungen	Transkript #
Fernsehgerät	4	15, 17, 20, 29
Computer / Laptop / Netbook	4	1, 4, 5, 18
Soundsystem	1	6
Musikinstrument	1	3
Mobiltelefon	2	7, 9
Fotoapparat	1	10
Spezialgeschirr	1	14
Haushaltskleingeräte	1	25
Haushaltsgroßgeräte	4	8, 13, 16, 23
Möbel und Einrichtungsgegenstände	4	2, 11, 12, 24
Urlaubsreise	1	22
Elektrofahrrad	1	27
Pkw	4	19, 21, 26, 30
Traktor	1	28

Tab. 31: Letzte größere Anschaffung der Interviewteilnehmer

Quelle: Eigenerhebung

Häufiger genannt wurden Fernsehgeräte, Computer, größere Haushaltsgeräte, diverse Einrichtungsgegenstände und Fahrzeuge.
Interessant ist ferner, dass bei größeren Anschaffungen fast ausschließlich an materielle Dinge gedacht wurde. Eine Urlaubsreise kam ein einziges mal vor, von immateriellem Konsum kann man aber auch hier nicht unbedingt sprechen.[335] Eine stark materielle Orientierung der Verbraucher ist evident.

Frage: „Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?“

Eine überwältigende Mehrheit von 80% holte im Vorfeld direkt beim Händler Informationen über die letzte getätigte größere Anschaffungen ein. Dies dürfte belegen, welch hohen Stellenwert der Handel bei der Informationsbeschaffung für Konsumenten innehat.
Ähnlich wichtig scheint auch das Internet geworden zu sein. Nur etwa jeder Dritte verzichtete darauf, bei der genannten Anschaffung das Internet zu Rate zu ziehen.[336] Informiert hat man sich hier nicht nur über die offiziellen Herstellerseiten, sondern

[335] Anmerkung: „Immaterielle Güter werden den materiellen Gütern hinzugefügt, um zur Befriedigung unserer Bedürfnisse zu gelangen“. Scherhorn, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 286

[336] Kapitel 4.3 vorgreifend: Personen ab 70 haben weder die Fähigkeiten noch die Möglichkeiten zur Verwendung des Internets, bzw. eines Computers.

auch mittels diverser Foren, Testberichte und ähnlichem.
Auch aus dem sozialen Umfeld beschuf sich ein Viertel kaufentscheidungsrelevante Informationen.

Informationsbeschaffung	Nennungen	Transkript #
Bekannte / Freunde	8	1, 4, 5, 8, 14, 20, 21, 29
Händler / Einzelhandel	24	2, 4, 5, 6, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
direkt beim Hersteller	1	3
Messe	1	26
Prospekte / Broschüren / Zeitschriften	12	1, 2, 8, 11, 16, 19, 20, 22, 23, 25, 26, 27
Internet (Homepages, Foren, Testberichte,…)	19	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 18, 19, 20, 22, 23, 25, 26

Tab. 32: Informationsbeschaffung vor dem Kauf einer größeren Anschaffung

Quelle: Eigenerhebung

Frage: „Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?“

Preisvergleiche	Nennungen	Transkript #
Ja	25	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29
Nein	5	3, 12, 17, 21, 30

Tab. 33: Durchführung von Preisvergleichen vor dem Kauf einer größeren Anschaffung

Quelle: Eigenerhebung

Der Preisvergleich vor dem Kauf dürfte eher üblich sein. In nur fünf Fällen wurde er bei den in Tabelle 31 genannten Anschaffungen unterlassen. Folgende Gründe waren dafür ausschlaggebend:

- Andere Kriterien wie Qualität und Aussehen waren essenziell (1 Nennung)
- Es wurde vollständig auf das Urteil einer Bezugsperson des sozialen Umfeldes vertraut (1 Nennung)
- Man hat beim Händler seines Vertrauens ein Produkt ausgewählt, ohne weitere Vergleiche anzustellen (3 Nennungen)

Wie in Tabelle 32 dargestellt, spielt das Internet bei der Informationsbeschaffung eine bedeutende Rolle. Nach den Erzählungen zu urteilen ist es insbesondere auch für Preisvergleiche ein nützliches und beliebtes Instrument, gerade bei eher jüngeren Verbrauchern.[337]

[337] Vgl. dazu auch Kapitel 4.3

Frage: „Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?“

Kaufmotiv	Nennungen	Transkript #
Ersatzanschaffung / altes Produkt (nahezu) unbrauchbar oder kaputt	16	1, 3, 4, 8, 9, 13, 15, 16, 17, 21, 23, 25, 26, 28, 29, 30
Wollte etwas Neueres oder Besseres / altes Produkt abgenutzt oder veraltet	9	2, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 18, 19
Erstanschaffung	5	14, 20, 22, 24, 27

Tab. 34: Kaufmotive der Interviewteilnehmer

Quelle: Eigenerhebung

Ein neues, bzw. übertragenes Produkt wurde von gut der Hälfte der Stichprobe angeschafft, weil das aktuelle Produkt so gut wie unbrauchbar wurde oder gänzlich kaputt gegangen ist.
Anders bei knapp einem Drittel, hier hätte das alte Produkt zwar noch mehr oder minder funktioniert, man wollte sich aber ein neueres, aktuelleres oder besseres Produkt anschaffen.
Jeder Sechste hatte noch kein ähnliches Produkt zur Verfügung und wollte sich aus verschiedensten Gründen ein solches leisten.

Weshalb man sich aber gerade für dieses eine Produkt entschieden hat, warum man überhaupt der Meinung ist, etwas Derartiges zu benötigen, ob Geltungsdrang dahinter steckt, der soziale Status erhöht werden sollte, oder man sich für etwas kompensieren möchte, also die wahren Intentionen, die hinter dem Kauf stecken, die bleiben in den meisten Fällen im Verborgenen. Bei der Erhebung würde es hier stark zu Verzerrungen kommen, wer gibt schließlich schon gerne zu, dass er sich gerade dieses Auto oder jenes Möbelstück angeschafft hat, um sein soziales Umfeld zu beeindrucken? Etwas mehr Licht in die Angelegenheit könnte die nächste Frage bringen, wenngleich sie auf die Kaufkriterien der eigenen größeren Anschaffung abzielt und nicht direkt auf die jeweiligen Konsumstile.

Frage: „Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?“

Tabelle 35 ist mit Vorsicht zu genießen, es handelt sich immerhin um grundverschiedene Anschaffungen, die sich schwerlich miteinander vergleichen lassen. Es dürfte klar sein, dass man bei einem Auto oder einem Einrichtungsgegenstand ganz andere Anforderungen hat, als bei einem Fernsehgerät oder Computer, usw.

Eine starke Preisorientierung der Verbraucher lässt sich insgesamt feststellen. Explizit wurde mehrfach die passende Relation von Leistung und Preis, also das Preis/Leistungsverhältnis, angesprochen. Die Leistung selbst ist besonders bei

technischen Geräten ein entscheidendes Kriterium, bei Möbelstücken und Fahrzeugen kommt es stark auf das Aussehen, das Design und die Größe an.

Kaufkriterium	Nennungen	Transkript #
Marke	6	6, 7, 16, 19, 25, 26
Aussehen / Design / Form / Größe	13	1, 2, 5, 11, 12, 14, 15, 19, 21, 24, 27, 29, 30
Preis	21	1, 2, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 28, 30
Preis/Leistungsverhältnis	6	4, 8, 9, 19, 22, 29
Leistung / Qualität (auch Bildqualität / Klang)	10	3, 6, 10, 12, 18, 20, 22, 23, 25, 28
Funktionalität / Funktionen / Features	6	2, 7, 13, 14, 20, 21
Bedienung / Benutzerfreundlichkeit	1	10
Verarbeitung / Ergonomie	1	10
Service	2	16, 27
Energieeffizienz / Verbrauch	2	23, 26

Tab. 35: Kaufkriterien bei größeren Anschaffungen

Quelle: Eigenerhebung

Weniger relevant vor dem Kauf dürften die Benutzerfreundlichkeit, die Verarbeitung, der Service und der Energieverbrauch sein. Diese Aspekte finden dann wohl erst nach dem Kauf größere Beachtung, da sie sich bei einigen Produkten im Vorfeld teilweise schwer abschätzen lassen.
Marke und Features waren von Fall zu Fall wichtige Kriterien, die Garantiedauer beispielsweise wurde gänzlich ausgeklammert.

Bei größeren Anschaffungen besteht zumindest theoretisch die Option des „Schenken Lassens“.

Frage: „Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?“

Produkt schenken lassen?	Nennungen	Transkript #
Ja, aber hat sich nicht ergeben / niemand gefunden	4	3, 9, 11, 18
Ja, war ein Geschenk	1	2
Nein	25	1, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30

Tab. 36: Wahrnehmung der Option des „Schenken Lassens“ bei größeren Anschaffungen

Quelle: Eigenerhebung

Von allen gestellten Fragen während des Leitfadeninterviews sorgte diese Frage für die mit Abstand größte Belustigung der Interviewten. Gerade bei sehr teuren Anschaffungen fand man diesen Gedanken geradezu absurd.
„Die Kamera ist preislich außerhalb jeglicher Geschenkmöglichkeit“.[338]
„Ich wüsste niemanden, der mir so ein teures Geschenk machen würde“.[339]
„Schenken? Wer schenkt einem eine Waschmaschine?“.[340]
Ältere Konsumenten wüssten keine Bezugsperson, an die sie sich mit diesem Anliegen überhaupt wenden könnten.
„Ich habe keine reichen Verwandten, die mir so etwas Teures schenken würden“.[341]
„Nein, niemand würde uns so etwas Teures schenken!“.[342]
„Nein, ich habe nicht mal darüber nachgedacht, weil niemand mir etwas schenkt“.[343]
„Nein, da gibt es niemanden mehr, der mir was schenkt“.[344]
Oder aber man wollte sich die Anschaffung vorzugsweise aus eigener Finanzkraft leisten.
„Nein, ich wollte mir das selber leisten“.[345]
„Nein. Ich kaufe mir alles selber“.[346]
Manchmal ist eine größere Anschaffung eher dringlicher Natur und duldet keinen Aufschub.
„Es war keine Option für uns. Es war ein Angebot und wir haben schnell zuschlagen müssen“.[347]
„Es war dringend notwendig und konnte nicht warten“.[348]
Vier Personen zogen diese Möglichkeit in Erwägung, obgleich sie im Endeffekt niemanden finden konnten, der dazu bereit gewesen wäre.
„Ja, ich habe es auch angesprochen. Ich habe nach Sponsoren gesucht, aber niemand war bereit dazu“.[349]
„Ja, das habe ich mir durch den Kopf gehen lassen. Einen möglichen Sponsor zu finden in der Familie war eine Option“.[350]
„Gedacht schon, aber es schenkt mir leider niemand was“.[351]
Eine einzige Anschaffung war tatsächlich ein Geschenk.[352]

[338] Transkript # 10
[339] Transkript # 6
[340] Transkript # 23
[341] Transkript # 19
[342] Transkript # 26
[343] Transkript # 16
[344] Transkript # 25
[345] Transkript # 5
[346] Transkript # 14
[347] Transkript # 8
[348] Transkript # 13
[349] Transkript # 9
[350] Transkript # 11
[351] Transkript # 18
[352] Vgl. Transkript # 2

Offen ist noch, wie lange die einzelnen Kaufentscheidungsphasen andauerten. Vereinfacht wird von Phase 1 (vergangene Zeit zwischen erstem Konsumwunsch und erster Informationssuche) und Phase 2 (vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und tatsächlichem Kauf) gesprochen.

Frage: „Als Sie sich das Produkt zum ersten Mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben (Die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche)?“

Vergangene Zeit	Nennungen	Transkript #
Sofort / wenige Stunden	8	1, 6, 7, 8, 10, 12, 13, 22
Wenige Tage / innerhalb einer Woche	3	4, 17, 29
Eine Woche	2	9, 25
Zwischen zwei Wochen und einem Monat	4	5, 11, 24, 30
Ein Monat	3	3, 15, 16
Zwischen ein und zwei Monaten	1	23
Zwei Monate	2	2, 21
Zwischen zwei Monaten und einem halben Jahr	1	20
Ein Jahr	5	14, 18, 19, 27, 28
Drei Jahre	1	26

Tab. 37: Vergangene Zeit zwischen erstem Konsumwunsch und erster Informationssuche bei größeren Anschaffungen

Quelle: Eigenerhebung

Jungen Menschen scheint es mehrheitlich ein Anliegen zu sein, unmittelbar nach Aufkommen eines Konsumwunsches, Informationen einzuholen. Ältere Konsumenten benötigen im Schnitt deutlich mehr Zeit dafür. Analog verhält es sich mit dem Haushaltseinkommen. Personen aus Haushalten mit niedrigerem Pro-Kopf-Einkommen lassen weit weniger Zeit verstreichen, bis sie sich zum ersten mal über die gewünschte Anschaffung informieren.
Bildung, Geschlecht und andere Merkmale haben keine signifikanten Auswirkungen.

Frage: „Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben (Die vergangene Zeit zwischen der ersten Informationssuche und dem tatsächlichen Kauf)?“

Die zeitliche Ausdehnung der Kaufentscheidungsphase 2 ergibt ein gänzlich anderes Bild, wie Tabelle 38 erkennen lässt. Anders als in Tabelle 37 gibt es nun in dieser Phase deutlich weniger Personen, die sofort oder nach nur wenigen Stunden eine Entscheidung trafen. Es handelt sich konkret um zwei Männer mittleren Alters, die sich im erstbesten Geschäft für einen Fernseher entschieden. Auffällig viele

Interviewteilnehmer benötigten entweder zwei Tage oder zwei Wochen. Nur drei Personen ließen mehr als zwei Monate verstreichen, während es in der vorangehenden Phase mehr als doppelt so viele Personen waren. Niemand benötigte in Phase 2 mehr als ein halbes Jahr. In Phase 1 hingegen gaben 20% der Stichprobe ein oder mehrere Jahre an.
Die Unterschiede nach Alter und Pro-Kopf-Haushaltseinkommen zeigen sich in Phase 2 weit weniger deutlich.

Vergangene Zeit	Nennungen	Transkript #
Sofort / wenige Stunden	2	15, 17
Zwei Tage	6	8, 12, 13, 18, 21, 29
Zwischen zwei Tagen und einer Woche	1	24
Eine Woche	4	1, 11, 23, 27
Zwischen ein und zwei Wochen	1	16
Zwei Wochen	9	3, 5, 6, 7, 9, 14, 20, 22, 25
Zwischen zwei Wochen und einem Monat	1	30
Zwei Monate	3	2, 4, 28
Zwischen zwei Monaten und einem halben Jahr	1	19
Ein halbes Jahr	2	10, 26

Tab. 38: Vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und tatsächlichem Kauf bei größeren Anschaffungen

Quelle: Eigenerhebung

Interessant wäre natürlich noch zu erfahren, bei wie vielen Personen Phase 1 länger andauerte als Phase 2 und vice versa.

Längere Entscheidungsphase	Nennungen	Transkript #
Phase 1 (Wunsch – Information)	17	3, 5, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 26, 27, 28, 29
Phase 2 (Information – Kauf)	12	1, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 22, 25, 30
Gleichlange Phasen	1	2

Tab. 39: Zeitliche Unterschiede zwischen den Kaufentscheidungsphasen bei größeren Anschaffungen

Quelle: Eigenerhebung

Eine knappe Mehrheit der Stichprobe hat in Phase 1 länger bis zur Setzung der Initiative gewartet als in Phase 2. Zwei Auffälligkeiten ergeben sich gemäß Tabelle 39:

1. Angesichts eines Alters von 40 Jahren darf man eine imaginäre Grenze ziehen. Personen unterhalb dieser Altersgrenze brauchen tendenziell für Phase 2 mehr Zeit, bei Personen oberhalb dieser Grenze ist es eher andersherum.
2. Entscheidungsphase 2 dauert bei einem Großteil der Personen mit niedrigerem Pro-Kopf-Haushaltseinkommen länger.
Dies begründet sich vor allem dadurch, dass – wie bereits in Tabelle 37 festgestellt – eher jüngere und schlechterverdienende Konsumenten deutlich weniger Zeit brauchen, bis sie sich Informationen bezüglich des aufgekommenen Wunsches beschaffen.

Die Aussage „je größer die Anschaffung, desto länger die Entscheidungsphasen“ ist zutreffend.

4.2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Dieses Unterkapitel geht auf Verbraucherprobleme bei der Produktinbetriebnahme bzw. Verwendung von Betriebsanleitungen ein.

Frage: „Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?“

Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme	Nennungen	Transkript #
Nein	18	3, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 28
Nein, aber mühsam	1	12
Nein, Inbetriebnahme / Montage durch Techniker / Handwerker	2	8, 24
Ja, Inbetriebnahme / Montage durch Techniker / Handwerker, aber trotzdem Schwierigkeiten	3	16, 17, 30
Hilfe von Bekannten / Verwandten	6	1, 2, 5, 18, 27, 29

Tab. 40: Schwierigkeiten mit der Inbetriebnahme des Produktes

Quelle: Eigenerhebung

Nicht bei jeder Anschaffung kommt es gewissermaßen zu einer „Inbetriebnahme“, demzufolge können sich auch keine Schwierigkeiten ergeben. Entweder deshalb, oder weil alles reibungslos geklappt hat, sahen 60% der Stichprobe keine Probleme. Eine jüngere Dame hatte bei der Montage ihres Möbelstücks zwar keine wirklichen Schwierigkeiten, beschrieb diese aber als mühsame Angelegenheit.
Jeder Sechste ließ die fachmännische Montage/Inbetriebnahme von einem Techniker, Handwerker oder ähnlichem vornehmen. Davon sorgten bei drei Personen trotzdem einzelne Funktionen der Anschaffung für Unklarheit, weshalb man sich entweder zu Klärungszwecken direkt an den Händler wandte (2 Nennungen) oder versuchte,

eigenständig das Problem zu beseitigen (1 Nennung).
Ein Fünftel konnte bei der Inbetriebnahme auf „soziales Kapital“ zurückgreifen. Ohne die Unterstützung von Freunden, Bekannten, Verwandten wäre man kaum oder gar nicht zurecht gekommen.[353]

Betriebsanleitungen/Bedienungsanleitungen/Montageanleitungen usw. können eine wertvolle Hilfestellung für Verbraucher sein. Es kann aber durchaus vorkommen, dass die Anleitungen ignoriert, oder nicht sorgsam gelesen werden.

Frage: „Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?“

Betriebsanleitungen gelesen	Nennungen	Transkript #
Nein, noch nicht	1	26
Nein, kein Interesse an Anleitungen	3	1, 17, 21
Nein, war nicht notwendig	4	4, 19, 24, 30
Teilweise / Abschnittsweise / Oberflächlich (überflogen)	8	5, 6, 8, 9, 10, 15, 20, 27
Ja	10	2, 11, 12, 13, 16, 18, 23, 25, 28, 29
Entfällt / keine Anleitung vorhanden	3	3, 14, 22

Tab. 41: Lesen von Betriebsanleitungen

Quelle: Eigenerhebung

Acht Personen haben die beiliegende Betriebsanleitung nicht gelesen, weil sie sich noch nicht die notwendige Zeit dafür genommen haben (1 Nennung), weil es aus individueller Sicht nicht notwendig war (4 Nennungen), oder weil grundsätzlich kein Interesse am Lesen von Anleitungen besteht (3 Nennungen).
„Nein, das ist mir zu technisch. Der Techniker kennt sich da besser aus, dazu ist er ja da“.[354]
„ Das mache ich nie, denn die verstehe ich eh nicht. Ich bekomme es eher hin, wenn ich es einfach ausprobiere und Knöpfe drücke“.[355]

Immerhin 60% befassten sich bei ihrer Anschaffung mit Betriebsanleitungen, obgleich diese von acht Personen nur sporadisch, abschnittsweise gelesen oder grob überflogen wurden.
„Ich habe nur das gelesen, was ich gebraucht habe. Ansonsten lese ich keine Betriebsanleitungen, die sind mir zu langweilig geschrieben, da schlafe ich ja ein dabei“.[356]

[353] Auf die Verfügbarkeit von sozialem Kapital wird in Kapitel 4.7 näher eingegangen.
[354] Transkript # 17
[355] Transkript # 1
[356] Transkript # 4

Bei drei Anschaffungen ist die Frage, bedingt durch das Nichtvorhandensein von Anleitungen aller Art, obsolet.

Nicht jede Betriebsanleitung erfüllt auch die Erwartungen der Konsumenten. Missstände bei der Gestaltung und den Beschreibungen können zu Unklarheiten führen. Oder anders gesagt: Betriebsanleitungen sind zum Teil nicht in der Lage, Unklarheiten effektiv zu beseitigen.

Frage: „Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?“

Probleme mit Betriebsanleitungen	Nennungen	Transkript #
Ja	12	2, 11, 12, 14, 16, 18, 20, 22, 23, 24, 26, 29
Nein	13	4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 15, 19, 25, 27, 28
Entfällt	5	1, 3, 17, 21, 30

Tab. 42: Probleme mit Betriebsanleitungen

Quelle: Eigenerhebung

Die Bedarfe, Notwendigkeiten und Erfahrungen hinsichtlich Anleitungen sind sehr individuell und von Fall zu Fall verschieden. Welche Mängel und Verbesserungsvorschläge konkret zur Sprache gebracht wurden, lässt sich am einfachsten durch ausgewählte Zitate veranschaulichen. Wie schon aus der vorherigen Frage hervorging, haben sich nicht alle Interviewpartner mit Anleitungen für ihre Anschaffungen befasst. All jene Personen waren dazu angehalten, kurzerhand an die letzte Betriebsanleitung zu denken, die ihnen in den Sinn kam.

Umständliche Beschreibungen, zweideutige Formulierungen, nichtssagende Abkürzungen und für den Laien unverständliche Fachausdrücke verwirren und überfordern.

„Die Beschreibung hätte besser sein können. Ich bin zwar den Instruktionen gefolgt, habe sie aber nicht so gut verstanden. Es hat einige Zeit gedauert“.[357]

„Leider ist jede Anleitung verbesserungsbedürftig. Für den Laien sind manche Fachausdrücke nicht klar definiert. Die ganzen Abkürzungen und Fachausdrücke sind für mich zu abstrakt“.[358]

„Die Anleitungen schrecken einen ab, da sie so umständlich geschrieben sind. Man sollte weniger unverständliche Fachausdrücke verwenden, mit denen der Laie nicht so viel anfangen kann“.[359]

[357] Transkript # 16
[358] Transkript # 20
[359] Transkript # 26

„Zum Glück war ein Mann vorhanden, der sich der Sache angenommen hat. Jemand, der da nicht so technikaffin ist, der ist da komplett überfordert. Es sollte vermehrt darauf Rücksicht genommen werden, dass es auch Leute wie mich gibt, die in solchen technischen Angelegenheiten nicht so bewandert sind“.[360]
„Betriebsanleitungen sind teilweise eigenartig formuliert. Mir sind schon öfter Übersetzungsfehler untergekommen. Oft sind die recht schlampig und unvollständig geschrieben“.[361]
„Was mich allerdings stört ist, dass Bedienungsanleitungen oft in allen nur erdenklichen Sprachen verfasst sind. Das macht sie unnötig dick und verursacht unnötigen Mist. Auch wenn es aus produktionstechnischen Gründen Sinn macht, so würde ich mir dennoch wünschen, dass Anleitungen nur in deutscher Sprache bei uns erhältlich sind“.[362]

Zur allgemeinen Verständlichkeit sind detailliertere und akkuratere Beschreibungen erwünscht.
„Teilweise eine bessere Erklärung der Arbeitsschritte wäre wünschenswert gewesen“.[363]
„Man könnte die Anleitung in kleinere Schritte unterteilen, damit das Ganze verständlicher wird“.[364]
„Einerseits ‚straight to the point‘ und andererseits immer mit Anwendungsbeispiel, sodass ich immer weiß ‚ah, so meinen die das‘“.[365]
„Da denke ich mir, da wird so viel Geld von Unternehmen in Design und Funktionalität investiert, aber in so wichtige Dinge wie eine Betriebsanleitung, da habe ich manchmal den Eindruck, das kümmert eigentlich keinen. Es sollte besser und verständlicher beschrieben werden“.[366]
„Das ist eigentlich sehr schlüssig erklärt, das verstehe ich ganz gut“.[367]
„Nein, ich lasse mir das lieber von meinen Kindern erklären“.[368]

Graphische Illustrationen tragen zur Veranschaulichung und zum Verständnis bei.
„Man hätte sie schöner beschreiben können. Also genauer machen. Die Bilder deutlicher gestalten, damit man einfacher erkennt, was gemeint ist“.[369]
„Mehr Bilder hätte ich gerne gehabt. Ein Bild ist mir lieber, als das Geschriebene, das ich nicht nachvollziehen kann“.[370]

[360] Transkript # 22
[361] Transkript # 3
[362] Transkript # 6
[363] Transkript # 12
[364] Transkript # 11
[365] Transkript # 10
[366] Transkript # 24
[367] Transkript # 13
[368] Transkript # 30
[369] Transkript # 2
[370] Transkript # 29

„Bei der Aufbauanleitung, dass sie die Bilder anschaulicher gestalten und das nicht so viel ‚Blabla' drinnen steht. Das ist oft unverständlich und dann macht man es erst nach Gefühl".[371]
„Für mich war es total verständlich. Vor allem weil da auch so Zeichnungen waren".[372]

Ausführlichkeit und Umfang waren teilweise der Kritik ausgesetzt.
„Weniger Text und leichter interpretierbar. Verständlicheren Text und weniger unwesentliche Informationen".[373]
„Ich bin schon klar gekommen, aber es hätte ruhig ausführlicher beschrieben werden können".[374]
„Die war nicht genau genug. Ich hätte es gern ausführlicher beschrieben gehabt".[375]
„Das war ein gefaltetes Papier, mehr nicht".[376]
„Es war alles genau richtig vom Umfang her".[377]

Bedienungsanleitungen sind nicht immer einfach zu handhaben.
„Ich würde die Bedienungsanleitung in Spiralbindungen heften, damit man leichter umblättern kann und die Seiten nicht von alleine zu fallen".[378]
Vom praktischen Nutzen sinnhaft, führen Spiralbindungen allerdings zu höheren Umwelt- und Produktionskosten.

Bei softwarebasierten Geräten kann es zu nachträglichen Änderungen und Aktualisierungen kommen, womit die Bedienungsanleitungen nicht mehr auf dem neusten Stand wären.
„Die Anleitungen sollten akkurater und auf dem letzten Stand des Gerätes sein. Was bringt es mir, wenn ich nachschaue und genau diese Sachen stehen nicht drinnen".[379]
Aktuellere Versionen müssten in Folge dessen aus dem Internet bezogen werden. Allmählich zeichnet sich ein schleichender Trend ab, Anleitungen nicht mehr in gedruckter Form dem Produkt beizulegen, sondern sie auf einen beiliegenden Datenträger zu schreiben (zB Treiber CDs), oder eine Internetadresse anzugeben, über die im Bedarfsfall diverse Informationen – so auch Anleitungen – bezogen werden können. Sofern dies den Endverbrauchern keine groben Umstände bereitet und sich in Form von an die Konsumenten weitergegebenen Preisvorteilen niederschlägt, ist diese Tendenz alleine schon aus ökologischer Sicht wünschenswert.

[371] Transkript # 1
[372] Transkript # 9
[373] Transkript # 18
[374] Transkript # 8
[375] Transkript # 14
[376] Transkript # 23
[377] Transkript # 15
[378] Transkript # 19
[379] Transkript # 7

4.3 Beschaffungen per Internet

Das Internet gewann im Alltagsleben in den letzten beiden Jahrzehnten stark an Bedeutung und wird in immer mehr und mehr Haushalten zugänglich.[380] Dieses Kapitel soll klären, welchen Stellenwert das Internet bei Beschaffungen aller Art für Konsumenten innehat.

Zuerst wurde erfragt, ob bereits Erfahrungen mit Online-Bestellungs- und Zahlungsvorgängen gemacht wurden.

Frage: „Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft

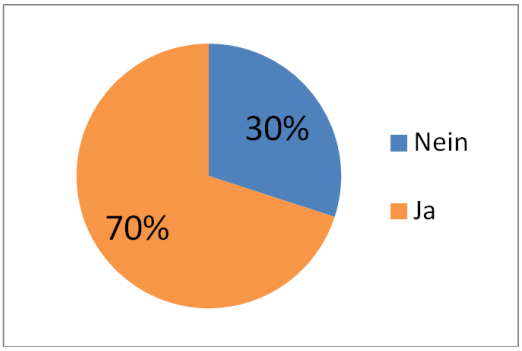

Abb. 5: Erfahrungen der Interviewteilnehmer mit Bestellungs- und Zahlungsvorgängen im Internet

Quelle: Eigenerhebung

Genau 70% haben nach eigenen Angaben mindestens einmal eine Online-Bestellung getätigt. Das entspricht 21 Personen. Desöfteren wurden die Internetportale von Amazon und eBay erwähnt. Die Häufigkeit der Internetnutzung für Einkäufe scheint in keinem direkten Zusammenhang mit dem Einkommen, der Bildung oder der Haushaltsgröße zu stehen, wie sich auch bei der Auswertung der nachfolgenden Fragen herausstellte. In Summe verzichteten doppelt so viele Frauen wie Männer auf Online-Bestellungsabwicklungen. Unterschiede zeigen sich ansonsten am deutlichsten im Altersvergleich. Unter den unter 45jährigen gab es niemanden, der die gestellte Frage verneinte. Ältere Konsumenten haben in 60% der Fälle bislang Internetbestellungen gemieden. Der älteste Nutzer ist 66 Jahre alt, darüber hinaus wurde generell noch nie ein Computer verwendet.

Den Personen, die vorige Frage mit „Nein“ beantworteten, wurde zusätzlich folgende Frage gestellt:

380 „Das Internet hält in immer mehr österreichischen Haushalten Einzug. 75% aller Haushalte waren 2011 mit einem Internetzugang ausgestattet.“ Vgl. Statistik Austria: IKT-Einsatz in Haushalten 2011 (2011), o. S.; Vgl. hierzu auch Kapitel 5.2.3

Frage: „Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden?“

Vier der neun befragten Personen besitzen gar keinen PC und sehen auch keine Notwendigkeit dafür.[381] In einem Einzelfall ist zwar grundsätzlich ein PC im Haushalt verfügbar, dieser wird bedingt durch mangelnde Kenntnisse von der interviewten Person aber nicht benutzt.[382]
Die restlichen vier Personen – Frauen zwischen 47 und 63 Jahren – verfügen zwar allesamt über einen PC mit Internetzugang und wissen diesen auch zu bedienen, jedoch besitzen sie entweder keine Kreditkarte und verzichten deshalb generell auf Onlinebestellungen (1 Nennung)[383], oder ihnen sind die Bezahlungsmodalitäten prinzipiell zu unsicher (2 Nennungen)[384], oder aber sie sehen sich selbst als zu „altmodisch“ und möchten das Produkt lieber vor dem Kauf selbst sehen und anfassen können (1 Nennung)[385].

Die nächsten beiden Fragen wurden den 21 Personen gestellt, die nach eigenen Aussagen schon einmal etwas über das Internet gekauft haben. Erstere Frage ist darauf ausgerichtet, die allgemeinen Erfahrungen und Nutzungshäufigkeiten zu erörtern.

Frage: „Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?“

Durchwegs wurden positive Erfahrungen gemacht, wenn man auch teilweise etwas misstrauisch ist, was Internetbestellungen anbelangt.[386] Einschlägig negative Vorkommnisse wurden kaum geschildert, mit Ausnahme vielleicht von drei Personen (allesamt männlich und zwischen Ende 20 und Anfang 40). Hier wurde berichtet, es hätte mit Händlern auf eBay Schwierigkeiten gegeben.[387] Es sei jedoch angemerkt, dass jene Interviewteilnehmer das Internet häufiger als die anderen nutzen. Einige Personen haben deutlich gemacht, im Allgemeinen Internetauktionshäusern, wie beispielsweise eBay und ähnlichen, wegen bestehenden Unsicherheiten nicht zu vertrauen und lieber auf renommierte, zertifizierte Händler zu setzen.[388] Gelegentlich auftretende Lieferverzögerungen wurden anbei ebenso angekreidet.[389]
Im Schnitt wird alle paar Monate und mehrmals im Jahr eine Bestellung oder Buchung

[381] Vgl. Transkript # 17, 27, 29 und 30
[382] Vgl. Transkript # 28
[383] Vgl. Transkript # 18
[384] Vgl. Transrkipt # 23 und 25
[385] Vgl. Transkript # 19
[386] Vgl. zB Transkript # 12, 24 oder 26
[387] Vgl. Transkript # 7, 10 und 15
[388] Vgl. zB Transkript # 6 oder 26
[389] Vgl. zB Transkript # 4

abgewickelt. Die Antworten schwanken grob ausgedrückt zwischen „erst einmal bestellt“, „alle paar Jahre“, „alle paar Monate“ und „mehrmals im Monat“, wobei mehr als die Hälfte der tatsächlichen Nutzer in die „alle paar Monate“-Kategorie fallen.[390] Speziell Frauen nutzen das Internet dem Anschein nach deutlich seltener als Männer. Unter den weiblichen Internetnutzern gibt es obendrein drei Personen, welche – vorwiegend aus finanziellen Gründen - für diverseste Beschaffungen mittlerweile seltener aufs Internet zurückgreifen, als noch vor wenigen Jahren.[391]

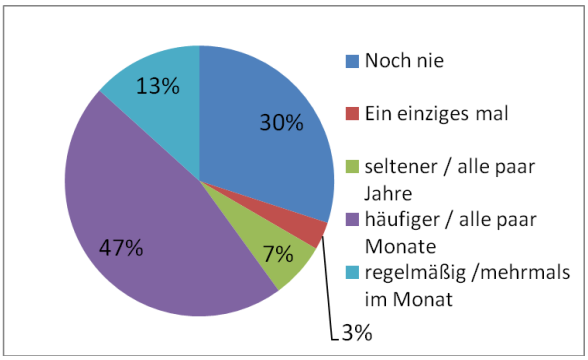

Abb. 6: Nutzungshäufigkeit des Internets für Onlinebestellungen

Quelle: Eigendarstellung

Soweit man dies aus den Aussagen herauslesen kann, wird das Internet am ehesten für die Buchung oder Bestellung von Büchern, Musik CDs, Film DVDs, Elektronikprodukten, Reisen, Hotels, und Theaterkarten genutzt. Von einer Person werden ab und an sogar Pizzen von einem nahegelegenen Restaurant online bestellt.[392]

Als Ergänzung zur vorigen Frage wurde nochmal explizit auf eventuelle Probleme und Schwierigkeiten mit Händlern und Vertragspartnern im Internet eingegangen.

Frage: „Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern?“

Keine Probleme hatten diesbezüglich 13 Personen. Zwar wurde von fünf Interviewten berichtet, dass sie zwar sogenannte Spam-Mails erhielten, aber nicht wüssten, ob dies in direktem Zusammenhang mit einer oder mehreren Onlinebestellungen stehen würde.[393] Man fühle sich zudem dadurch entweder nicht weiter belästigt, oder benutzt Spam-Filter und eigens eingerichtete E-Mail-Konten für Bestellaufträge, um unliebsame Werbenachrichten auf der Haupt-Email-Adresse möglichst auf ein Minimum zu reduzieren.[394]

[390] Vgl. Abb. 2
[391] Vgl. Transkript # 3, 9 und 22
[392] Vgl. Transkript # 7
[393] Vgl. zB Transkript # 10, 21 oder 22
[394] Vgl. Transkript # 4, 6, 8 und 10

Von Datenmissbrauch oder grob arglistigen Internetfallen liegen vereinzelte Berichte vor. Jedenfalls scheint man sich der Gefahren im Netz größtenteils durchaus bewusst zu sein, was sich nicht zuletzt deshalb vermuten lässt, da vielfach erwähnt wurde, dass man mit der Weitergabe von sensiblen Daten sehr umsichtig umgehe und höchstens mit vermeintlich vertrauenswürdigen, akkreditierten Händlern in Kontakt trete.[395] Sieben Personen, sechs davon männlich, beschrieben diverse Schwierigkeiten mit unseriösen Anbietern. Ein jüngerer Herr wurde nach der Teilnahme an einem Gewinnspiel zu seinem Ärgernis mehrfach von einer Lotterie-Gesellschaft telefonisch kontaktiert.[396] Zwei ebenfalls etwas jüngere Herren schlossen einen Kaufvertrag über ein Online-Auktionshaus ab, erhielten nach der vereinbarten Vorauszahlung aber nie eine Gegenleistung.[397] Da es sich aber um geringere Beträge handelte, unterlies man es, den langwierigen Rechtsweg zu beschreiten. In einem ähnlichen Fall existierte der Händler nach der Zahlungsüberweisung plötzlich nicht mehr.[398] Selbiger Person wurden von unbekannten Tätern unerlaubterweise Geldbeträge von der Kreditkarte abgebucht. Nach Klärung mit dem zuständigen Kreditkarteninstitut wurden die Beträge von selbigem wegen Haftungsverpflichtungen rückerstattet. Nicht minder spannend sind die Erlebnisse zweier anderer Herren: hier erhielt man Rechnungen für Leistungen, die entweder nie in Anspruch genommen oder als kostenlos propagiert wurden. Fachliche Auskünfte holte man zu diesem Zweck bei der Arbeiterkammer ein, woraufhin die Sachlage zugunsten der Konsumenten geregelt werden konnte. Es ist anzunehmen, dass es sich hierbei um Internetbetrugsserien im klassischen Stil handelte.
Zu guter Letzt seien noch die etwas aus dem Kontext gerissenen Erzählungen einer jüngeren Dame erwähnt, wo es zu Missverständnissen mit einem Versandhandel bei der Höhe der Ratenzahlung gekommen ist.[399] Aufgrund der unprofessionellen Bearbeitung der Kundenanfragen, konnten die Unklarheiten erst durch wiederholte Kontaktaufnahme beseitigt werden.

Abschließend gaben die Interviewteilnehmer an, welche Vor- und Nachteile es mit sich bringt, die Einkäufe, Bestellungen und Buchungen direkt über das Internet abzuwickeln. Auch all jene Personen, die noch keinerlei Erfahrungen in dieser Hinsicht machten, wurden gebeten, ihre Einschätzungen dem Gefühl nach kund zu tun. Hier ging es insgesamt wieder um spontane Assoziationen.

[395] Vgl. zB Transkript # 9, 11 oder 24
[396] Vgl. Transkript # 4
[397] Vgl. Transkript # 7 und 10
[398] Vgl. Transkript # 15
[399] Vgl. Transkript # 3

Frage: „Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?“

Vorteile	Nennungen	Transkript #
Bequemlichkeit / Einfachheit	23	3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 25, 26, 27, 29
Lieferung nach Hause	11	1, 2, 4, 8, 10, 11, 14, 16, 19, 22, 29
Zeitersparnis	11	3, 4, 6, 9, 11, 12, 13, 15, 18, 20, 24,
Große Auswahlmöglichkeit / Verfügbarkeit	11	1, 2, 5, 6, 12, 15, 19, 23, 24, 27, 28
Zugänglichkeit von Informationen / Vergleichsmöglichkeiten	11	4, 6, 7, 9, 11, 12, 20, 22, 23, 24, 26
Preisvorteile / Kosteneinsparungen	10	1, 2, 5, 8, 12, 15, 20, 24, 26, 28

Tab. 43: Vorteile bei der Abwicklung von Online-Bestellungen

Quelle: Eigenerhebung

Bei den Vorteilen ist man sich weitestgehend einig. Das Internet wird als nützliche Option betrachtet, um günstig, einfach, schnell und vor allem bequem an eine breite Palette von Produkten zu gelangen. Unter „Bequemlichkeit“ versteht man hauptsächlich die Tatsache, dass es bei Online-Bestellungen nicht notwendig ist, sich außer Haus zu begeben und man sich dadurch unliebsame Fahrwege erspart. Die „Lieferung nach Hause“ ist zwar mitunter ein Teilaspekt der Bequemlichkeit, wurde aber gesondert ausgewiesen, da sie mehrfach hervorgehoben wurde. Ebenso positiv wertet man den Umstand, in Summe eine weit größere Auswahlmöglichkeit geboten zu bekommen, im Vergleich zu physischen Niederlassungen eines Händlers. Zudem werden global gesehen Produkte angeboten, die von lokalen Händlern nicht, noch nicht, oder nicht mehr im Sortiment geführt werden. Sehr wohlwollend sieht man auch die rasche Zugänglichkeit von kaufentscheidungserleichternden Informationen, die einen umfangreichen Produktvergleich und das Aufspüren von günstigen Anbietern ermöglichen. Unterm Strich könne – einfach gesagt – also Zeit und Geld eingespart werden. Zumindest bei entsprechendem Umgang mit vertraulichen Daten, denn Online-Bestellungen werden auch als Quelle von teils erheblichen Risiken und Gefahren angesehen.

Nachteile	Nennungen	Transkript #
Fehlende Sicherheit / fehlendes Vertrauen / Betrug / Datenmissbrauch	21	1, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 25, 26, 28, 29, 30
Bezahlung mit Kreditkarte oft vorausgesetzt	7	1, 5, 10, 14, 16, 20, 26
Keine Begutachtungsmöglichkeit der Ware vor dem Kauf	14	2, 3, 6, 8, 12, 13, 19, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 30
Tauschen / Rückgabe umständlicher als im Handel	2	9, 12
Keine persönliche Beratung	4	9, 11, 17, 20
Wenig Auswahl bei einzelnen Onlineshops	1	14
Wartezeiten bei dringenden Anschaffungen	2	7, 13
Versandkosten	1	7
Lieferschwierigkeiten / Distributionsprobleme	4	14, 15, 20, 29
Lieferungen teilweise nicht nach Österreich	1	1
Rechtliche Schwierigkeiten (bei Auslandseinkäufen)	2	6, 12

Tab. 44: Nachteile bei der Abwicklung von Online-Bestellungen

Quelle: Eigenerhebung

Die ausgehenden Risiken von betrügerischen Akten und die Gefahr des Datenmissbrauchs wurden von 70% als Nachteil geäußert. In diesem Zusammenhang lässt sich ein fehlendes Vertrauen bei Online-Geschäftsbeziehungen erkennen, bedingt durch teils mangelhafte (rechtliche) Sicherheiten im Netz, insbesondere bei Beschaffungen aus dem Ausland. Aus diesem Grund werden Interneteinkäufe größtenteils mit Zurückhaltung und nur bei wenigen ausgewählten Händlern getätigt, wie vorhin schon erwähnt. Nahezu jeder vierte hält wenig von der Bezahlung mittels Kreditkarte. Dies ist entweder der Fall, da man entweder gar keine Kreditkarte hat und sich auch keine eigene anschaffen möchte, oder weil schlicht das Vertrauen in dieses Bezahlungssystem nicht gegeben ist.
Beinahe die Hälfte der interviewten Personen möchte die Ware vor dem Kauf persönlich begutachten können und sieht durch das höhere Risiko eines Fehlkaufes einen entscheidenden Nachteil bei Onlinekäufen. Negativ werden von einigen wenigen Personen mitunter auch der Wegfall der persönlichen Beratung, die längeren Wartezeiten bei dringenderen Anschaffungen und die umständlichere Abwicklung von Tausch und Rückgabe eingestuft.
Vereinzelt nannte man bei den Nachteilen noch eventuelle Schwierigkeiten bei der Paketzustellung. Es käme vor, dass die Distribution aufgrund von Lieferproblemen und ähnlichem für den Kunden nicht zufriedenstellend durchgeführt wird.[400]
Obendrein klagte man über den Umstand, bei der Hauszustellung zu Hause sein zu müssen, was eben nicht immer der Fall sei.[401]

[400] Vgl. zB Transkript # 15
[401] Vgl. zB Transkript # 14 oder 20

4.4 Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Die Haltbarkeit, Lebensdauer und Nutzungsdauer von Konsumgütern ist nicht unbegrenzt. Zum einen kann es fallweise vorkommen, dass die Haltbarkeit von Gütern sich dem Ende zuneigt, aber eine längere Nutzungsphase erwünscht wäre, zum anderen kann es passieren, dass Produkte nicht länger genutzt werden, obwohl sie ihre theoretische Lebensdauer längst noch nicht überschritten haben. Reparaturen können zudem besagte Lebensdauer teils noch beträchtlich erhöhen. Wie Konsumenten all dies beurteilen und was sie sich dabei erwarten, soll in diesem Kapitel geklärt werden. Für die erste Frage wurde die Methode der Fremdeinschätzung gewählt.

Frage: „Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern. Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?“

Zufriedenheit	Nennungen	Transkript #
Eher zufrieden	11	1, 2, 10, 13, 14, 16, 18, 21, 24, 28, 30
Es kommt darauf an / hängt stark vom Produkt ab, allgemein eher zufrieden	11	3, 5, 8, 9, 11, 12, 15, 20, 23, 25, 27
Es kommt darauf an / hängt stark vom Produkt ab, kann allgemein gesehen nicht beantwortet werden	2	4, 22
Es kommt darauf an / hängt stark vom Produkt ab, eher unzufrieden	2	6, 26
Eher unzufrieden	4	7, 17, 19, 29

Tab. 45: Zufriedenheit mit der Haltbarkeit von Konsumgütern (Fremdeinschätzung)

Quelle: Eigenerhebung

Hier und da war es für die befragten Personen nicht ganz unproblematisch eine Fremdeinschätzung vorzunehmen, insbesondere für eher jüngere Interviewpartner.
„Woher soll ich das wissen?“.[402] „Ich rede da jetzt nicht so oft darüber“.[403]
„Ich rede mit den Leuten in der Regel nicht über sowas“.[404]
„Da müsste ich mich in die Verwandten hineinversetzen“.[405]
„Ich unterhalte mich mit denen nicht so wirklich über solche Sachen“.[406]
„Ich kann ja nicht für die anderen sprechen“.[407] „Man redet über sowas gar nicht“.[408]

[402] Transkript # 2
[403] Transkript # 1
[404] Transkript # 6
[405] Transkript # 20
[406] Transkript # 12

Folglich handelt es sich hier um ein Thema, welches nicht in allen Personengruppen entsprechende Beachtung findet. Dennoch waren die Probanden dazu angehalten, sich gemäß ihren Gesprächserfahrungen in ihr soziales Umfeld hineinzuversetzen.
Den Einschätzungen nach zu urteilen, ist man mit der Haltbarkeit und Lebensdauer doch eher zufrieden. Immerhin sind es 22 Personen, die das so sehen. Dem entgegen stehen sechs Personen.
„Das sollte alles viel länger halten, man zahlt ja genug Geld dafür".[409]

Jeder zweite räumt ein, die Zufriedenheit hänge stark von der Qualität der Produkte, den individuellen Präferenzen, der Zahlungsbereitschaft, der Lebensweise und den Lebensumständen ab. Diese Aussage kommt durch folgende Zitate gut zur Geltung:
„Es kommt darauf an, um welches Produkt es geht. Wenn es sich um ein Qualitätsprodukt handelt, dann wird das hoffentlich länger halten. Es stellt sich einem immer die Frage, welche Qualität man möchte und wie viel man bereit ist dafür auszugeben".[410]
„Wenn sie etwas Teures einkaufen, werden sie die Haltbarkeit höher einschätzen, als wenn sie etwas Billiges einkaufen".[411]
„Wenn ich etwas Billiges kaufe, wird das nicht so lange halten wie ein Markenartikel".[412]
„Ich sage mal, die meisten Leute, die ich kenne, schauen eher auf Qualität und nicht auf den niedrigsten Preis".[413]
„Entweder man kauft Schrott und bemerkt das recht schnell, oder man ist eine lange Zeit sehr zufrieden damit".[414]
„Es gibt Leute, die kaufen Qualität zu sauteurem Preis und sind damit zufrieden, aber es gibt im Gegensatz dazu auch Leute, die überschätzen die Haltbarkeit der Billigprodukte und sind dann unzufrieden. Jeder hat für sich selbst die Möglichkeit einen Kompromiss zwischen Qualität und Preis zu wählen. Schwierig ist es, gute Qualität auch zu erkennen".[415]
„Bei technischen Geräten wird die Qualität schlechter, da die Produkte immer billiger werden. Es wird immer mehr in Billiglohnländern produziert".[416]
„Die Produkte werden immer billiger hergestellt und darunter leidet die Qualität. Aus heutiger Sicht sind die meisten Produkte Wegwerfprodukte und dadurch wird die Umwelt irrsinnig belastet".[417]

[407] Transkript # 17
[408] Transkript # 27
[409] Transkript # 17
[410] Transkript # 3
[411] Transkript # 5
[412] Transkript # 27
[413] Transkript # 10
[414] Transkript # 4
[415] Transkript # 20
[416] Transkript # 19
[417] Transkript # 26

„Natürlich gibt es auch Trendkäufer, die immer das Neueste haben müssen“.[418]
„Ich finde es schrecklich, dass Sachen weggeworfen werden, bevor sie kaputt sind“.[419]
„Ältere haben es so lange bis es kaputt geht und die Jungen suchen schon vor Ende der Haltbarkeit nach neuen Sachen“.[420]
„So lange das Ding funktioniert, gibt es ja keine Beschwerden. Erst wenn etwas nicht mehr funktioniert, fangen die Leute an zu jammern, sich zu beklagen und zu beschweren und regen sich über die Firmen auf“.[421]
„Das passt schon, das hängt auch immer damit zusammen, wie der Mensch das Produkt behandelt“.[422]
„Ich persönlich bin überzeugt von Sollbruchstellen. Produkte werden oft so gebaut, dass sie nach einer bestimmten Zeit kaputt gehen“.[423]
„Es spricht sich ja dann eh herum, wenn man sagt „die oder die Marke ist ein Klumpert““.[424]
„Normalerweise halten die Geräte eh weit länger, als es vom Gesetz her vorgeschrieben ist. Wenn nicht, dann bekommt man sie eh ersetzt“.[425]

Ergänzend zur Fremdeinschätzung nahmen die Interviewteilnehmer einen quantitativen Soll-Ist-Vergleich der Lebensdauer von ausgewählten Produktgruppen vor. Gefragt war die tatsächliche Lebensdauer im Vergleich zur gewünschten bzw. erwarteten Lebensdauer.

Frage: „Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten?“

Die meisten befragten Personen hatten bei dieser Erhebung teils massive Bewertungsprobleme. Gerade bei Schuhen, Bekleidung und Einrichtungsgegenständen meinte man, es würde sehr stark vom konkreten Produkt, der Qualität, der Nutzungshäufigkeit, dem Umgang und der Pflege abhängen.[426]
Vielfach war es für die Interviewteilnehmer nicht einfach, konkrete Zahlen anzugeben.
„Es ist schwer hier einen Durchschnitt zu ermitteln“.[427]
Bei den Ist-Werten geht es eher um allgemeine Durchschnittswerte, aber selbstverständlich fließen zu in hohem Maß persönliche Erfahrungen in die Antworten mit ein.

[418] Transkript # 4
[419] Transkript # 3
[420] Transkript # 11
[421] Transkript # 16
[422] Transkript # 12
[423] Transkript # 6
[424] Transkript # 25
[425] Transkript # 15
[426] Vgl. hierzu die Anmerkungen auf Seite 62ff
[427] Transkript # 24

Produktgruppe	Ist-Lebensdauer in Jahren	Soll-Lebensdauer in Jahren	Abweichung in Jahren	Übereinstimmungen (Soll-Ist)
Schuhe	2,83	5,83	3,00	8
Bekleidung	4,63	7,73	3,10	10
Einrichtungsgegenstände	15,33	21,63	6,30	16
Haushaltskleingeräte	5,17	9,53	4,37	7
Haushaltsgroßgeräte	10,10	15,33	5,23	6
Fernseher	8,90	13,37	4,47	5
Computer	5,07	10,03	4,97	5
Mobiltelefone	3,20	5,57	2,37	9
Pkw	11,87	17,17	5,30	13

Tab. 46: Soll-Ist-Vergleich der Lebensdauer ausgewählter Produktgruppen (Gesamt)

Quelle: Eigenerhebung

Produktart	Ist-Lebensdauer Min. in Jahren	Ist-Lebensdauer Max. in Jahren	Soll-Lebensdauer Min. in Jahren	Soll-Lebensdauer Max. in Jahren
Schuhe	1	10	1	50
Bekleidung	1	10	2	50
Einrichtungsgegenstände	5	30	6	100
Haushaltskleingeräte	1	15	2	50
Haushaltsgroßgeräte	4	20	7	25
Fernseher	3	20	3	30
Computer	1	10	3	50
Mobiltelefone	1	10	2	20
Pkw	3	20	5	50

Tab. 47: Soll-Ist-Vergleich der Lebensdauer ausgewählter Produktarten (minimale und maximale Werte)

Quelle: Eigenerhebung

Die mit Abstand höchste subjektiv empfundene durchschnittliche Lebensdauer haben Einrichtungsgegenstände, dahinter folgen Pkw und Haushaltsgroßgeräte. Schuhen und Mobiltelefonen wird die geringste Lebensdauer zugesprochen. Bei diesen beiden Produktgruppen ist außerdem die Abweichung zwischen Soll- und Ist-Werten am geringsten, was aber eher an der niedrigen Lebensdauer und weniger an der Zufriedenheit liegen dürfte. Mit über sechs Jahren ist die Soll-Ist-Abweichung bei den Einrichtungsgegenständen am höchsten, allerdings stimmen bei jedem zweiten hier die Soll- und Ist-Werte überein. Schlusslichter sind Fernsehgeräte und Computer, mit nur jeweils fünf Übereinstimmungen.

Tabelle 47 belegt deutlich, wie weit die Einschätzungen, Erfahrungen und Erwartungen von Person zu Person auseinandergehen können.
Insgesamt gelangt man zu der Schlussfolgerung, dass man sich im Schnitt eine höhere Haltbarkeit von Konsumgütern erwartet, was teilweise einen Widerspruch zur vorherigen Frage darstellt.[428] Weitere Schlüsse lassen sich aus den gesammelten Anmerkungen ziehen.

Da es sich bei der Pilotstudie in erster Linie um eine qualitative Erhebung handelt, wurden die wichtigsten Anmerkungen der Interviewteilnehmer bei der quantitativen Bewertung der Produktlebensdauer in den Transkripten festgehalten und an dieser Stelle zusammengefasst.

Schuhe:
„Bei Schuhen kann man das wirklich schwer sagen, es kommt halt immer darauf an was für Schuhe und wie oft man sie trägt“.[429]
„Nach einem Jahr muss man die Schuhe eh reparieren, oder man kauft sich neue“.
„Nach einem Jahr sind die Schuhe schon kaputt oder total abgetreten. Ich kaufe meine Schuhe billig und deswegen gehen die schnell kaputt. Aber länger als eine Saison brauchen die eh nicht durchstehen“.[430]
„Die Qualität hält noch, aber die Mode ändert sich schnell“.[431]
„Schuhe müssen handgemacht sein, um eine lange Lebensdauer garantiert zu bekommen. Die 08/15 Schuhe halten kaum länger als drei Jahre“.[432]
„Ich kaufe immer Billigsdorfer-Schuhe und gehe davon aus, dass sie eigentlich mindestens zwei bis drei Jahre halten“.[433]
„Wenn ich mir einen Billigschuh kaufe, dann bin ich schon zufrieden, wenn er nur zwei Jahre hält. Bei einem Qualitätsschuh hätte ich aber dann schon gerne, dass er ein wenig länger hält“.[434]
„Schuhe kann ich Ihnen schwer sagen, denn Männerschuhe halten sicher viel länger als filigrane Frauenschuhe. Stöckelschuhe und andere feine Schuhe halten vielleicht eine Saison lang“.[435]
„Da tue ich mir jetzt schwer, weil es ja aufs Material ankommt. Es ist ein Unterschied, ob es Leder oder Plastik ist“.[436]
„Das kommt immer ganz auf die Qualität des Produktes an“.[437]

[428] Vgl. Tabelle 45
[429] Transkript # 6
[430] Transkript # 1
[431] Transkript # 29
[432] Transkript # 4
[433] Transkript # 7
[434] Transkript # 20
[435] Transkript # 12
[436] Transkript # 22
[437] Transkript # 24

„Bei den Schuhen müsste man stark differenzieren. Ich habe Arbeitsschuhe, die halten nur ein Jahr, dann habe ich aber auch Sonntagsschuhe, die über fünf Jahre alt sind“.[438]
„Wenn die Schuhe ausgetreten sind, dann verwende ich sie als Arbeitsschuhe weiter“.[439]

Bekleidung:
„Socken und Unterwäsche halten bei weitem nicht so lange“.[440]
„Unterwäsche und Socken sind schneller verschlissen als andere Bekleidung“.[441]
„Es variiert schon stark, ob es eine Hose oder ein Hemd ist“.[442]
„Bei Bekleidung kommt es stark auf die Qualität an“.[443]
„Gerade bei Gewand kommt es sehr stark auf die Qualität an“.[444]
„Eine Jean hält länger als feiner Stoff“.[445]
„Bei der Bekleidung reicht es an sich, wenn sie zwei Jahre hält, obwohl es natürlich auch Leute gibt, die ihre Bekleidung bis zum Sterben tragen“.[446]
„Bekleidung hält bei mir ewig. Ich habe einen großen Kasten, deswegen trage ich die einzelnen Stücke nicht sehr oft“.[447]
„Manchmal bin ich froh, wenn es kaputt geht, manchmal aber auch sehr traurig“.[448]
„Gegenstände haben keinen Liebhaberwert für mich“.[449]
„Die Lebensdauer kann aufgrund der Mode ruhig kürzer sein“.[450]
„Länger als fünf Jahre braucht Kleidung eh nicht halten, weil es dann unmodern ist“.[451]
„Wegen der Mode werden die Leute ihre Schuhe und Gewänder schnell wieder ersetzen“.[452]
„Gerade die jungen Frauen geben die Bekleidung nach einer Saison wieder weg, weil sich der Trend wieder geändert hat“.[453]
„Bekleidung braucht eigentlich eh nicht so lange halten, die hat man eh schnell satt“.[454]

[438] Transkript # 28
[439] Transkript # 17
[440] Transkript # 6
[441] Transkript # 4
[442] Transkript # 15
[443] Transkript # 26
[444] Transkript # 12
[445] Transkript # 9
[446] Transkript # 20
[447] Transkript # 10
[448] Transkript # 1
[449] Transkript # 11
[450] Transkript # 18
[451] Transkript # 19
[452] Transkript # 27
[453] Transkript # 25
[454] Transkript # 28

Möbel:
„Die Haltbarkeit der Möbel ist sehr stark qualitätsabhängig“.[455]
„Möbel kann man ja zum Teil ewig verwenden“.[456]
„Ich setze sehr auf Vollholz, das hält fast ewig. Ich bin nicht so der Lifestyle-Typ, der sich ständig neu einrichtet.[457]
„Es sind mir noch keine Möbel um die Ohren geflogen. Es ist sicher ein totaler Unterschied, ob man Kinder hat, die darauf herumturnen oder ob es ein Einpersonenhaushalt ohne Kinder ist“.[458]
„Ich habe bisher noch kein Möbelstück kaputt gemacht. Sie schauen halt höchstens abgenutzt aus“.[459]
„Bei Möbeln reichen 20 Jahre, weil man da ja auch wieder mal etwas Neues haben will“.[460]
„Im Grunde hält das ja sogar noch viel länger, wenn wir uns da ehrlich sind“.[461]
„Dreißig Jahre reichen bei Möbeln, denn dann hat man sie eh satt“.[462]

Haushaltskleingeräte:
„Eine Waschmaschine oder ein Geschirrspüler rennt ja oft, da kann man schon zufrieden sein, wenn sowas 20 Jahre hält“.[463]

Haushaltskleingeräte:
„Aber so kleinere Geräte wie Mixer braucht man nicht so oft, da erwarte ich mir schon, dass die zumindest 50 Jahre lang halten“.[464]
„Das ganze filigrane Klumpert ist ja gleich wieder hin“.[465]
„Bei kleinen Haushaltsgeräten kann man das gar nicht allgemein sagen“.[466]

Fernsehgeräte:
„Mit Fernsehgeräten habe ich sehr gute Erfahrungen gemacht. Eigentlich sollten die sehr lange halten, auch wenn sie dann eben schon veraltet sind von der technischen Seite her“.[467]
„Fernseher kauft man sich spätestens alle 15 Jahre einen neuen, weil die Technologie

[455] Transkript # 4
[456] Transkript # 17
[457] Transkript # 10
[458] Transkript # 15
[459] Transkript # 1
[460] Transkript # 21
[461] Transkript # 23
[462] Transkript # 19
[463] Transkript # 20
[464] Transkript # 20
[465] Transkript # 17
[466] Transkript # 4
[467] Transkript # 1

dann eh längst überholt ist“.[468]
„Das ändert sich relativ schnell von der Technologie her. Da kauft man sich schneller etwas Neues, als die Sachen eigentlich tatsächlich halten würden“.[469]

Computer:
„Computer können sehr anfällig sein für Probleme“.[470]
„Beim Computer ist es schwierig, weil man die Komponenten ja immer wieder austauschen kann“.[471]
„Ein Computer hält vielleicht zwei Jahre, bis man entweder das Netzteil oder das Mainboard auswechseln muss“.[472]
„Einen Computer sollte man auch ewig benutzen können, wenn man das möchte“.[473]
„Wenn man besser aufpasst, dann hält ein Computer auch sehr lange. Immer eine Frage der Pflege“.[474]
„Der PC könnte schon 15 Jahre halten, aber dann interessiert er keinen mehr“.[475]
„Computer halten an und für sich eh zu lange, weil die Technik sich zu schnell weiterentwickelt“.[476]
Selbst alljene Personen, die noch nie einen Computer verwendeten, wurden ersucht, dem Gefühl nach Werte anzugeben.

Mobiltelefone:
„Wenn man mit Handys gut umgeht, dann hält das Gerät sicher bis zu zehn Jahre. Ich kenne viele Leute, die haben ihr Handy schon sehr, sehr lange. Nur passen die Leute eben nicht so wirklich darauf auf und dann gehen die schneller kaputt“.[477]
„Bei sachgemäßem Umgang, so wie bei mir, kann man mit Mobiltelefonen sicher drei Jahre auskommen“.[478]
„Die würden prinzipiell lange halten, aber wer will sie bis zum bitteren Ende verwenden?“.[479]
„Die Technik ist überholt, obwohl das Produkt noch funktionieren würde“.[480]
„Ich habe negative Erfahrungen mit Handys gemacht. Nach weniger als einem Jahr hatte ich immer Wasserschäden. Die können so leicht kaputt gehen“.[481]

[468] Transkript # 19
[469] Transkript # 18
[470] Transkript # 4
[471] Transkript # 15
[472] Transkript # 6
[473] Transkript # 21
[474] Transkript # 11
[475] Transkript # 8
[476] Transkript # 26
[477] Transkript # 1
[478] Transkript # 15
[479] Transkript # 8
[480] Transkript # 26
[481] Transkript # 3

„Garantiezeit ist zwei Jahre“.[482]

Pkw:
„Auch bei Autos kommt es stark darauf an, wie gut man damit umgeht“.[483]
„Bei Autos ist es sehr stark schwankend, es kommt immer auf die Nutzungshäufigkeit und die Pflege an“.[484]
„Es kommt halt immer auch ein bissl darauf an, wie man das nützt“.[485]
„Unser Auto haben wir schon sehr lange, aber wir benutzen es auch kaum“.[486]
„Meine Einschätzung der Lebenserwartung bei Fahrzeugen ist sicher viel niedriger als bei anderen Menschen, denn ich fahre sehr viel“.[487]
Für Nicht-Autobesitzer gestaltete sich die Bewertung als schwierig.[488]
„Bei Fahrzeugen kenne ich mich nicht wirklich aus“.[489]

Man gewinnt den Eindruck, die Verbraucher haben sich auf die Lebensdauern der einzelnen Produktgruppen ganz gut eingestellt. Je günstiger ein Produkt ist, desto weniger erwartet man sich eine lange Lebensdauer. Konsumgüter, die Modeerscheinungen unterliegen und zudem einen gewissen Status, bzw. eine Lebenseinstellung widerspiegeln, werden tendenziell gerne vor Überschreitung der theoretischen Lebensdauer ersetzt. Wie schon in Kapitel 4.2 dargelegt, empfinden Verbraucher eine gewisse Befriedigung, dadurch dass sie sich in gewissen Intervallen neu einkleiden/einrichten können, oder sich schlicht ein neues, aktuelleres bzw. leistungsfähigeres Produkt gönnen. Am ehesten bemängelt wird die Haltbarkeit von elektronischen Produkten und technischen Geräten. Man sieht sich den technischen Neuerungen stets hinterherhinkend.

Die einhergehende Zufriedenheit mit einem Konsumgut ist also unter anderem abhängig von der Produktart, der Marke und der dazugehörigen wahrgenommenen Lebensdauer. Welche Produkte fallen Verbrauchern spontan ein, wenn sie an positive und negative Erfahrungen hinsichtlich der Lebensdauer denken?

Frage: „Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren?“

[482] Transkript # 7
[483] Transkript # 1
[484] Transkript # 4
[485] Transkript # 24
[486] Transkript # 16
[487] Transkript # 11
[488] Vgl. zB Transkript # 7, 10, 13 oder 29
[489] Transkript # 9

Produkt	Marke	Lebensdauer in Jahren
Waschmaschine	Bauknecht	7
Waschmaschine	Siemens	8
Waschmaschine	kA	15
Waschmaschine	Miele	15
Waschmaschine	Eudora	20
Waschmaschine	Eudora	27
Waschmaschine	Eudora	43
Geschirrspüler	kA	8
Geschirrspüler	Siemens	10
Geschirrspüler	Juno	15
Geschirrspüler	AEG	17
Geschirrspüler	Miele	18
Kühlschrank	kA	35
Tiefkühltruhe	Bosch	14
Herd	Bauknecht	20
Fahrrad	Simplon	16
Pkw	Alpha Romeo	12
Pkw	Toyota	13
Pkw	Audi	16
Traktor	Ferguson	40
Elektromotor für eine Drehmaschine	Siemens	72
Drucker	HP	7
Fernsehgerät	Silva-Schneider	7
Fernsehgerät	kA	8
Fernsehgerät	Silva-Schneider	11
Fernsehgerät	kA	20
Weltempfänger-Radio	Grundig	10
Klangverstärker	Marantz	32
Keyboard	kA	17
MP3 Player	IRiver	8
Bohrmaschine	Makita	20
Staubsauger	Siemens	7
Haarfön	Braun	50
Teigrührgerät	Kennwood	30
Elektrische Zahnbürste	Oral B	7,5

Tab. 48: Konsumgüter mit langer Lebensdauer (gemäß subjektivem Empfinden)

Quelle: Eigenerhebung

Einigen wenigen Interviewpartnern war es ein Anliegen, noch ein zweites Produkt nennen zu dürfen. Dieser Wunsch wurde ihnen gewährt.
Die genannten Produkte aus Tabelle 48 haben zu einem großen Teil ihre Lebensdauer

noch nicht überschritten.

Produkt	Marke	Lebensdauer in Jahren
Waschmaschine	kA	1
Waschmaschine	Bauknecht	3,5
Geschirrspüler	Siemens	3
Geschirrspüler	Whirlpool	4,5
Geschirrspüler	Siemens	8
Kücheneinrichtung	Montag	0
Fernsehgerät	Silva-Schneider	0,02
Fernsehgerät	kA	5
Fernsehgerät	Grundig	6
Fernsehgerät	Loewe	10
Laptop	Gericom	2
Digitalkamera	Rollei	0
Mobiltelefon	Nokia	0,5
Mobiltelefon	Sony-Ericsson	0,75
Mobiltelefon	Sony-Ericsson	1
MP3 Player	Philips	0
MP3 Player	kA	0,08
Kopfhörer	Sony	1
Standventilator	Clatronic	0,04
Akku-Ladegerät	kA	0
Haarschneidegerät	kA	2
Haarfön	kA	0,6
Glätteisen	kA	3
Staubsauger	Siemens	5
Staubsauger	kA	0,5
Stabmixer	kA	0
Mixer	TCM	0,5
Schuhe	kA	1,5
Trinkrucksack	kA	0

Tab. 49: Konsumgüter mit kurzer Lebensdauer (gemäß subjektivem Empfinden)

Quelle: Eigenerhebung

Produkte:
Einen bleibenden Eindruck haben vor allem Haushaltsgroßgeräte hinterlassen, davon in 15 Fällen einen positiven und in fünf einen negativen.
Im Falle von Haushaltskleingeräten zeigt sich ein differenziertes Bild, denn hier überwiegen die negativen Erfahrungen mit sieben Nennungen im Vergleich zu den positiven (5 Nennungen).
Erfreulicher sieht es bei Waschmaschinen aus (7 positive / 2 negative Nennungen),

nicht ganz so optimal bei Geschirrspülmaschinen (5 positive / 3 negative Nennungen). Motorisierte Fahrzeuge wurden zwar nur viermal genannt, dafür ausschließlich in positivem Kontext. Mit drei negativen Nennungen verhält es sich mit Mobiltelefonen genau andersrum.
Für Kontroversen sorgen am ehesten Fernsehgeräte, hier halten sich die positiven sowie negativen Erfahrungen mit jeweils vier Nennungen die Waage. Recht ähnlich auch bei MP3-Playern.

Marken:
Der mit Abstand am häufigsten vorkommende Markenname ist Siemens, sowohl in positivem als auch in negativem Kontext (4 positive / 3 negative Nennungen). Analoges gilt auch für Produkte der Firmen Bauknecht und Silva-Schneider (je 2 positive / 1 negative Nennung(en))
Sehr positiv schneiden Eudora Waschmaschinen mit teils als ungewöhnlich hoch empfundenen Lebensdauern ab (3 Nennungen).
Sony-Ericsson fällt zweimal negativ auf, Grundig je einmal negativ, einmal positiv. Die übrigen Markennamen treten nur vereinzelt auf.

Interessant ist auch, dass man sich bei Produkten mit einer als positiv empfundenen Lebensdauer viel eher an die Marke erinnert, was sicher auch darauf zurückzuführen ist, dass viele dieser Produkte nach wie vor in Verwendung sind.

Dauer:
Der Spitzenreiter bezüglich der Lebensdauer ist ein Elektromotor für eine Drehmaschine von Siemens mit einer beachtlichen Lebensdauer von über 72 Jahren. Auch ein 40jährigerTraktor wurde eingebracht; ebenso ein Kühlschrank, ein Teigrührgerät und ein Klangverstärker, welche jeweils seit über 30 Jahren Verwendung finden. Die angesprochenen Eudora Waschmaschinen verrichten seit 20, 27, bzw. 43 Jahren ihre Dienste. Überboten wird das nur noch von einem etwa 50 Jahre alten Haarfön. Man kann hier getrost von einer Ausnahmeerscheinung sprechen.

Auf der negativen Seite weisen kaum Produkte, abgesehen von Fernseh- und Haushaltsgroßgeräten, eine Lebensdauer von über zwei Jahren auf. Eine Lebensdauer von Null bedeutet, dass das jeweilige Produkt nie entsprechend funktioniert hat oder von Beginn an erhebliche Mängel aufwies.
Die Unterteilung in positive und negative Produktassoziationen seitens der Lebensdauer erfolgt nach dem subjektiven Empfinden der Interviewteilnehmer. Wie weit diese Erwartungen auseinandergehen können, zeigen zB die Fernsehgeräte recht deutlich. Während man beispielsweise mit einer Lebensdauer von sieben oder acht Jahren schon recht zufrieden ist, wird anderweitig eine Lebensdauer von sechs oder gar zehn Jahren als zu gering erachtet.

Mittels Reparaturen lässt sich die Lebensdauer von vielen Produkten, insbesondere von Fahrzeugen und technischen Geräten, im Grunde genommen noch um einiges verlängern. Inwieweit sich Konsumenten reparaturfreundlichere Konsumgüter wünschen, darauf geht die vorletzte Frage dieses Kapitels ein.

Frage: „Wenn ein Produkt ‚reparaturfreundlich' ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft ‚leichter reparierbar' werden?"

Reparaturfreundlichere Produkte?	Nennungen	Transkript #
Ja, notwendig	25	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
Ja, wenn Reparatur billiger ist als Neuanschaffung	3	3, 5, 30
Nein, wenn Reparatur teurer als Neuanschaffung	2	11, 18

Tab. 50: Empfundene Notwendigkeit an reparaturfreundlicheren Produkten

Quelle: Eigenerhebung

Im Rahmen der Interviews sprach man sich recht deutlich für eine verbesserte Reparierbarkeit der Konsumgüter aus. Vereinzelt sogar mit Nachdruck. Alleine schon wegen der Abfallproblematik sieht man Handlungsbedarf. Fünf Personen, vier davon weiblich, sehen diese Entwicklung nicht zwangsweise als Notwendigkeit. Argumentiert wird seitens finanzieller Aspekte. Sinnvoll wären leichter reparierbare Produkte nur dann, insofern eine Reparatur kostengünstiger ist, verglichen zur Neuanschaffung.

„Die Reparaturen sind meist teurer als eine Neuanschaffung. Es ist eigentlich nicht notwendig".[490]

„Die Reparatur soll dann nicht aufwendig und teuer sein, sonst kann man sich ja gleich was Neues kaufen".[491]

„Wenn aber die Neuanschaffung günstiger ist, dann lohnt sich die Reparatur nicht".[492]

„Selbst wenn noch Garantie drauf ist, werden die Geräte nicht repariert, sondern einfach ausgetauscht".[493]

„Heute kann man nur noch die wenigsten Sachen selbst reparieren".[494]

„Viele Produkte können gar nicht mehr repariert werden, weil der Preis für die

[490] Transkript # 11
[491] Transkript # 5
[492] Transkript # 3
[493] Transkript # 14
[494] Transkript # 17

Reparatur zu hoch wäre oder die Reparatur nicht möglich ist“.[495]
„Mit dem Neuen hat man unter Umständen weniger eine Freude als mit dem Alten“.[496]
„Je teurer ein Produkt ist, desto eher erwarte ich, dass man es auch reparieren kann“.[497]
„Wobei Handys und Computer wahrscheinlich trotzdem weggeworfen werden, einfach weil es mittlerweile etwas Besseres am Markt gibt“.[498]
„Es wäre über die Maßen sinnvoll, wenn man nicht gleich alles wegschmeißen muss, da sonst zu viel Müll entsteht und auch für die Herstellung viel Energie verbraucht wird“.[499] „Ich halte es für notwendig, um die Not zu wenden“.[500]

Nach Verbraucherauffassung sollten Konsumgüter im Rahmen des Machbaren leichter zu reparieren und in weiterer Folge auch kostengünstiger sein. Äußerst fraglich ist, ob der Trend in absehbarer Zeit auch tatsächlich in diese Richtung geht.

Frage: „Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?“

Längerfristige Entwicklung	Nennungen	Transkript #
Eher negativ	29	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
Eher positiv	1	16

Tab. 51: Einschätzung der längerfristigen Entwicklung hinsichtlich reparaturfreundlicherer Produkte

Quelle: Eigenerhebung

Es herrscht weitestgehend Einigkeit. Wie zu erwarten war, vermuten Verbraucher eher eine langfristig negative Entwicklung. In diesem Zusammenhang fielen vermehrt die Begrifflichkeiten „Wegwerfprodukte“ und „Wegwerfgesellschaft“.[501] Die Gedanken, Sorgen und Ängste der Konsumenten werden auch an dieser Stelle wieder durch einige Zitate zum Ausdruck gebracht.

Durch die ansteigende Komplexität von technischen Geräten hält man die Tendenz zu reparaturfreundlicheren Produkten für eher unwahrscheinlich.
„Die Technik wird komplizierter und dadurch wird die Reparatur auch schwieriger werden“.[502]

[495] Transkript # 26
[496] Transkript # 25
[497] Transkript # 20
[498] Transkript # 6
[499] Transkript # 18
[500] Transkript # 7
[501] Vgl. zB Transkript # 4, 12 oder 24
[502] Transkript # 29

„Gerade bei größeren Anschaffungen wird es zu technisch und kompliziert“.[503]
„Die werden schwerer reparierbar, weil die Technik komplizierter und aufwendiger wird“.[504]
„Die Reparaturfreundlichkeit nimmt immer mehr ab und ist in vielen Fällen gar nicht mehr möglich, speziell bei elektronischen Geräten“.[505]
„Ich hoffe, dass die Stoffe wenigstens ökologisch leichter abbaubar werden, wenn man die Geräte schon nicht leichter reparieren kann“.[506]

Wie schon bei der vorhergehenden Frage wurde wiederum die Sinnhaftigkeit von Reparaturen angezweifelt, insofern es für alle beteiligten Vertragsparteien günstiger ist, das Gerät zu ersetzen.
„Selbst kann man eh nichts mehr reparieren und wenn man’s zur Reparatur bringt, dann ist das zu teuer“.[507]
„Deswegen ist es oft gescheiter, die Produkte wegzuwerfen und sich neue zu kaufen, statt sie reparieren zu lassen, kommt mir vor“.[508]
„Da lohnt sich dann eher die Neuanschaffung, statt ein altes Gerät zu reparieren und die Kosten dafür aufzuwenden“.[509]
„Die Konsumenten wollen wenig zahlen und eine Reparatur wäre in den meisten Fällen teurer als ein neues Produkt zu kaufen. Deswegen legen die Hersteller immer weniger Wert auf die Reparierbarkeit“.[510]
„Seitens der Firmen besteht ein Druck Kosten einzusparen, wodurch billig produziert wird und demzufolge gehen viele Geräte auch schneller kaputt“.[511]

Konsumenten dürften nach und nach zu der Überzeugung gelangen, dass diesbezüglich in unserem gegenwärtigen Gesellschafts- und Wirtschaftssystem grobe Missstände präsent sind.
„Ich glaube, es ist alles darauf ausgerichtet, dass man neue Sachen kauft und das Alte wegwirft“.[512]
„Ich glaube, dass das Wirtschaftssystem so angelegt ist, dass man möglichst viel konsumieren soll“.[513]
„Deswegen glaube ich, dass es nicht funktioniert. Oder nur bei Firmen, die sich damit profilieren und eine gewisse Nische erobern möchten. Im Endeffekt kann es ja auch ein Kaufargument sein“.[514]

[503] Transkript # 8
[504] Transkript # 3
[505] Transkript # 26
[506] Transkript # 4
[507] Transkript # 30
[508] Transkript # 5
[509] Transkript # 9
[510] Transkript # 19
[511] Transkript # 6
[512] Transkript # 3
[513] Transkript # 18
[514] Transkript # 7

„Solange sich die Konsumenten nicht organisieren und mehr Druck ausüben, solange wird sich da nichts ändern“.[515]
„Es wird immer weniger leicht zu reparieren sein, wenn man nicht mit Gesetzen entgegensteuert“.[516]
„Ich glaube, dass wir den Weg der Wegwerfgesellschaft gehen“.[517]
„Das geht leider immer mehr Richtung Wegwerfprodukte“.[518]
„Es wird vielleicht später mal umgedacht, aber momentan sieht es nicht danach aus“.[519]

Nun drängt sich einem die Frage auf, wer oder was die Haupttriebkraft hinter dieser bedenklichen Entwicklung ist. Sind es die Unternehmen, welche auf hart umkämpften Märkten stark auf Effizienz und Kosteneinsparungen fokussiert sind. Oder sind es vielmehr die Konsumenten, die immer weiterentwickeltere, leistungsfähigere Produkte verlangen und dabei so wenig wie möglich dafür bezahlen wollen? Konsumenten scheinen sich jedenfalls mit einem System konfrontiert zu sehen, in dem sie als Individualperson wenig Gestaltungskraft besitzen. Vorhandene Markt- und Gesellschaftsstrukturen werden kurzerhand als Gegebenheit betrachtet, mit den man sich arrangieren muss, ob es einem nun gefällt oder nicht.

4.5 Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Der Schutz von Konsumenten gegenüber Produzenten und Händlern stellt einen entscheidenden Faktor innerhalb eines Wirtschaftsgefüges dar. Nicht zuletzt aufgrund der Globalisierungstendenzen und der damit einhergehenden Komplexität und zunehmenden Unüberschaubarkeit der Märkte. Dieser Abschnitt untersucht, welches Verständnis Verbraucher von Konsumentenschutz besitzen, welche Bereiche sie als besonders schützenswert erachten und wie kompetent sie in dieser Angelegenheit sind, bzw. wie sie selbst ihr Verbraucherwissen diesbezüglich einschätzen. Zusätzlich wird darauf eingegangen, für wie bedeutsam Verbraucherbildung im Rahmen der schulischen Ausbildung eingestuft wird.

Frage: „Was verstehen Sie unter dem Begriff ‚Konsumentenschutz‘, was stellen Sie sich darunter vor?“

Zum einen assoziieren die Interviewteilnehmer mit diesem Stichwort organisierte Vereine mit spezifischen Aufgaben, zum anderen Gesetze, Verordnungen, Richtlinien und rechtliche Rahmenbedingungen zum Schutz von Verbrauchern. Die Rechtslage soll dabei so gestaltet werden, dass Unternehmen ihren Kunden keine grob

[515] Transkript # 1
[516] Transkript # 20
[517] Transkript # 24
[518] Transkript # 12
[519] Transkript # 25

benachteiligenden Verträge und Geschäftsbedingungen vorsetzen können. In diesem Sinne erwarten sich Konsumenten von der Gesetzgebung die Unterbindung der In-Umlauf-Bringung von unverhältnismäßig minderwertigen, gefährlichen und schädlichen Konsumgütern. Institutionen des Konsumentenschutzes haben laut den befragten Personen folgende kontextbezogene Aufgaben zu erfüllen:

- für Beratung und Auskünfte zur Verfügung stehen
- das Bieten einer Anlaufstelle bei Beschwerden über Produkte und Unternehmen
- Unterstützung im Falle von Streitigkeiten mit Vertragspartnern und Unternehmern
- Öffentlichkeitsarbeit und Verbreitung von Informationen über Missstände, wie Preiswucher, betrügerische Firmen oder mangelhafte Qualität von Produkten
- laufende Warenkontrollen in Form von Stichproben und Produkttests
- Überprüfung der Produkt- und Preisgestaltung

Definition Konsumentenschutz	Nennungen	Transkript #
Information, Auskunft und Beratung	11	2, 3, 5, 6, 9, 13, 14, 16, 18, 20, 29
Beschwerdestelle	4	5, 16, 27, 29
Prüfung und Kontrolle von Waren, Leistungen und Kennzeichnung	10	6, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 30
Prüfung und Kontrolle von Händlern / Erzeugern, einschließlich Kontaktaufnahme	4	11, 18, 21, 25
Prüfung von AGBs, Gesetzen, Verordnungen, Richtlinien,…	3	3, 6, 7
Gestaltung rechtlicher Rahmenbedingungen zum Schutz von Konsumenten	5	10, 12, 15, 18, 22
Unterstützung gegen („betrügerische“) Firmen / Händler	7	1, 2, 4, 6, 8, 17, 30

Tab. 52: Verbraucherwissen bezüglich Konsumentenschutz

Quelle: Eigenerhebung

Sollten Verbraucher folglich Informationen, Beratung und Unterstützung benötigen, so stehen ihnen verschiedene Möglichkeiten und Anlaufstellen zur Verfügung, doch welche davon fallen ihnen spontan ein?

Frage: „An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?“

Eindeutig am populärsten sind anscheinend die Kammer für Arbeiter und Angestellte sowie der Verein für Konsumenteninformation. Wie sich im späteren Verlauf zeigen wird, haben einige Probanden bereits Erfahrungen mit diesen beiden Organisationen machen können.[520]

[520] Vgl. hierzu Tabelle 58

Zwei Personen brachten die Bundesministerien ein, allerdings war man sich nicht sicher, welches Ministerium konkret zuständig sei.[521] In ländlicheren Gegenden sind ebenso die jeweiligen Bezirkshauptmannschaften eine erste Anlaufstelle bei Fragen und Problemen.[522]
Vereinzelte Ideen sind in diesem Kontext mehr oder minder geeignet oder jene Institutionen sind für Anliegen spezieller Art zuständig.
Im Falle des Falles würden sich fünf Personen zuerst im Internet oder im Telefonbuch über ihre Möglichkeiten erkundigen. Angesichts der in Kapitel 4.3 festgestellten Internetaffinität ist der Anteil aller Personen, die derart vorgehen würden, wohl weitaus höher.
Zwei der jüngeren Befragungspersonen haben keinerlei Ideen wohin sie sich wenden könnten.[523]

Anlaufstelle	Nennungen	Transkript #
Arbeiterkammer	16	4, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 19, 22, 25, 26, 27, 28, 29, 30
Verein für Konsumenteninformation	15	3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 18, 21, 22, 23, 25, 29
Konsumentenschutz für den österreichischen Kapitalmarkt	1	8
Marktamt	2	14, 24
Wirtschaftskammer	2	11, 25
Österreichischer Mieter- und Wohnungseigentümerbund	1	15
Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit	1	28
Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz / für Gesundheit	2	19, 20
Agrar Markt Austria	1	20
Bezirkshauptmannschaft	2	17, 27
Bürgeranwalt	1	18
Rechtsanwalt / Rechtsberatung	3	3, 9, 12
Ombudsmann	3	9, 15, 18
Diverse Innungen	1	25
Im Internet / Telefonbuch nachschauen	5	1, 7, 8, 16, 18
Weiß nicht	2	2, 5

Tab. 53: Potentielle Anlaufstellen bei Konsumentenschutzangelegenheiten

Quelle: Eigenerhebung

[521] Vgl. Transkript # 19 und 20
[522] Vgl. Transkript # 17 und 27
[523] Vgl. Transkript # 2 und 5

Konsumenten haben mehrheitlich zumindest eine vage Vorstellung von Konsumentenschutz und wissen zumeist auch, wohin sie sich mit ihren Anliegen wenden können. Die Qualität der Antworten hängt nicht signifikant vom formalen Bildungsgrad der Interviewten ab. Zu klären bleibt noch, welche Bereiche aus Konsumentensicht eines besonderen Schutzes bedürfen. Erneut geht es um spontane Assoziationen.

Frage: „In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?“

Bereich	Nennungen	Transkript #
Lebensmittel	17	1, 4, 5, 6, 7, 12, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 23, 24, 26, 28, 30
Medikamente / medizinische Behandlung	4	5, 16, 20, 23
Urlaub und Reisen	2	26, 29
Internetbestellungen	3	8, 21, 26
Diverse Verträge	1	9
Allgemeine Geschäftsbedingungen	1	6
Garantie- und Gewährleistungsfälle / Haftung	2	9, 28
Haustürgeschäfte	1	12
Technische / elektronische Geräte	2	18, 24
Gefährliche / schädliche Produkte	2	19, 24
Teure / große Anschaffungen	5	2, 4, 7, 8, 21
Bekleidung	1	5
Wohnen und Grundstücke	1	29
Versicherungen	2	22, 27
Finanzprodukten	2	22, 23
Datenschutz	1	6
Überall / in allen Bereichen	5	7, 10, 11, 16, 21

Tab. 54: Für Verbraucher wichtige Regelungsbereiche hinsichtlich Konsumentenschutz

Quelle: Eigenerhebung

Unangefochten stehen die Lebensmittel an erster Stelle. Andere Nennungen treten nur vereinzelt auf. Etwas häufiger wurden noch Medikamente, medizinische Behandlungen, Internetgeschäfte und große, teure Anschaffungen angesprochen. Ein Sechstel der Stichprobe antwortet sogar pauschal, alle Bereiche in denen Geld fließt wären in besonderem Maße schützenswert.

Den Befragungspersonen wurde ergänzend eine Liste vorgelegt, anhand der sie mittels Schulnotensystem eine Bewertung der subjektiven Wichtigkeit von Konsumentenschutzmaßnahmen in einigen ausgewählten Bereichen vornahmen.

Bereich	Note (Mittelwert)	Note (Modalwert)	Beste Note	Schlechteste Note
Lebensmittel	1,50	1	1	5
Medikamente / medizinische Behandlung	1,33	1	1	4
Urlaub / Reisen	2,40	3	1	5
Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	2,13	1	1	5
Verträge betreffend Internet und Telefon	1,90	1	1	5
Haustürgeschäfte	4,10	5	1	5
Wohnen / Grundstücke	1,97	1	1	5
Versicherung	1,50	1	1	5
Datenschutz allgemein	1,53	1	1	4
Mittelwert (Gesamt)	**2,04**			

Tab. 55: Bedeutung von Konsumentenschutz (Gesamt)

Quelle: Eigenerhebung

Dass den Verbrauchern Konsumentenschutz durchaus wichtig ist, belegt die Gesamtnote 2. Deutlich unter dem Gesamtnotendurchschnitt liegen Medikamente, medizinische Behandlungen, Lebensmittel, Versicherungen und Datenschutz. In diesen Bereichen hat nahezu niemand angegeben, dass ihm oder ihr Konsumentenschutz unwichtig wäre. Urlaubsreisen haben da im Vergleich etwas schlechter abgeschnitten. Ältere Menschen meinen, dass sie ohnehin keine Reisen mehr unternehmen.[524] Weit über dem Durchschnitt sind die Haustürgeschäfte angesiedelt. Eine große Mehrheit distanziert sich ausdrücklich davon.[525] Die am häufigsten vergebene Note für Haustürgeschäfte war eine 5. Vor der Notenvergabe wurden die Probanden nochmals darauf hingewiesen, dass es ausschließlich um die persönliche Lebenssituation ginge.

Die auffälligsten Abweichungen nach Alter, Geschlecht, Bildung und Haushaltseinkommen werden aus Tabelle 56 und 57 zusammengefasst:
Getrennt nach dem Alter aufgeschlüsselt ergibt sich ein recht ähnliches Bild. Jüngeren Menschen ist Konsumentenschutz etwas wichtiger. Am deutlichsten zeigt sich das bei den Zahlungsvorgängen und Verträgen hinsichtlich Internet und Telefon, sowie bei den Haustürgeschäften. Lebensmittel, Medikamente und Versicherungen sind wiederum Bereiche, in denen der Konsumentenschutz für die älteren Bevölkerungsteile mehr Gewicht hat.

[524] Vgl. zB Transkript # 27, 28, 29 oder 30

[525] Vgl. zB Transkript # 2, 3, 6, 10, 11, 14, 15, 17, 19, 24, 26, 28, 29 oder 30

Bereich	Note Jüngere (Mittelwert)	Note Ältere (Mittelwert)	Note Frauen (Mittelwert)	Note Männer (Mittelwert)
Lebensmittel	1,67	1,33	1,56	1,43
Medikamente / medizinische Behandlung	1,53	1,13	1,38	1,29
Urlaub / Reisen	2,40	2,40	2,63	2,14
Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1,33	2,93	2,25	2,00
Verträge betreffend Internet und Telefon	1,67	2,13	2,00	1,79
Haustürgeschäfte	3,73	4,47	4,00	4,21
Wohnen / Grundstücke	1,93	2,00	2,19	1,71
Versicherung	1,67	1,33	1,63	1,36
Datenschutz allgemein	1,53	1,53	1,32	1,79
Mittelwert (Gesamt)	**1,94**	**2,14**	**2,10**	**1,97**

Tab. 56: Bedeutung von Konsumentenschutz (Aufschlüsselung nach Alter und Geschlecht)

Quelle: Eigenerhebung

Bereich	Note Schlechter-gebildete (Mittelwert)	Note Besser-gebildete (Mittelwert)	Note Schlechter-verdiener (Mittelwert)	Note Besser-verdiener (Mittelwert)
Lebensmittel	1,20	1,89	1,29	1,77
Medikamente / medizinische Behandlung	1,13	1,76	1,29	1,38
Urlaub / Reisen	2,07	2,50	2,59	2,15
Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	2,60	1,88	2,06	2,23
Verträge betreffend Internet und Telefon	2,20	1,81	2,06	1,69
Haustürgeschäfte	4,27	3,19	3,76	4,54
Wohnen / Grundstücke	1,87	2,03	1,88	2,08
Versicherung	1,47	1,72	1,59	1,38
Datenschutz allgemein	1,40	1,81	1,65	1,38
Mittelwert (Gesamt)	**2,02**	**2,07**	**2,02**	**2,07**

Tab. 57: Bedeutung von Konsumentenschutz (Aufschlüsselung nach Bildung und Haushaltseinkommen)

Quelle: Eigenerhebung

Frauen vergeben insgesamt nur bei Haustürgeschäften und Datenschutz bessere Noten als Männer. Bei den formal besser gebildeten sind es eher die Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel, die Verträge betreffend Internet und Telefon und die Haustürgeschäfte.

Personen mit niedrigerem Pro-Kopf-Haushaltseinkommen sehen den Konsumentenschutz in allen aufgelisteten Bereichen als bedeutsamer, mit Ausnahme von Urlaubsreisen, Internet/Telefon-Verträgen, Versicherungen und Datenschutz.

Plakativ ausgedrückt: in unserer modernen „Informationsgesellschaft" bestehen verschiedenste Möglichkeiten, sich über seine Rechte als Konsument zu informieren. Untersucht wurde, welche Informationsquellen bisher in Anspruch genommen wurden.

Frage: „Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?"

Informationsquelle	Nennungen	Transkript #
Arbeiterkammer (persönliche Beratung)	2	2, 13
Arbeiterkammer (Anruf)	1	26
Verein für Konsumenteninformation (persönliche Beratung)	1	29
Verein für Konsumenteninformation (Anruf)	3	3, 21, 22
Internet (Berichte, Foren, Informationsportale,…)	5	4, 7, 8, 10, 20
Fernsehsendungen (Reportagen, Berichte, Dokumentationen,…)	10	4, 9, 10, 12, 15, 18, 23, 24, 28, 29
Zeitschrift „Konsument" gelesen	3	4, 21, 25
Gesetzestexte gelesen	1	10
Marktamt / Magistrat / Lebensmitteluntersuchungsanstalt	1	24
Auskunft bei Bekannten	3	13, 15, 20
Keine Informationen eingeholt	9	1, 5, 6, 14, 16, 17, 19, 27, 30

Tab. 58: In Anspruch genommene Informationsquellen bezüglich Konsumentenschutz

Quelle: Eigenerhebung

Informationen werden in erster Linie anlassbezogen eingeholt. So haben beispielsweise einige Personen bei diversen Schwierigkeiten mit Händlern und Vertragspartnern einen Anruf bei der Arbeiterkammer oder dem Verein für Konsumenteninformation (VKI) getätigt, oder sich dort persönlich bei einem Beratungsgespräch informiert. Jene Personen fühlten sich freundlich und kompetent beraten und hatten am Ende eine passende Lösung für ihr Problem.[526] 10% haben einen Bekannten um Rat gefragt. Auch das Internet wird gerne zu Rate gezogen, sofern man darauf Zugriff hat. Fernsehberichte zum Thema Konsumentenschutz dürften ein brauchbares Medium sein, um die Menschen zu erreichen. Immerhin jeder Dritte hat schon einmal eine Reportage oder Dokumentation darüber gesehen. Jeder Zehnte

[526] Vgl. zB Transkript # 2, 3, 13, 21, 26 oder 29

befasste sich mit der Zeitschrift „Konsument“, bzw. erinnerte sich daran.
Knapp ein Drittel der Stichprobe holte noch keine Informationen ein, da es nach eigener Einschätzung noch nicht notwendig gewesen wäre.[527]

Informationen eingeholt zu haben ist noch lange nicht gleichbedeutend mit adäquater Verbraucherkompetenz. Für wie umfassend informiert halten sich die Verbraucher selbst?

Frage: „Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?“

Kenntnisse	Nennungen	Transkript #
Ja / eher schon	10	7, 10, 12, 13, 14, 23, 24, 26, 27, 29
Mittelmäßig / gerade ausreichend	5	9, 15, 18, 22, 28
Nein / eher nicht	15	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 11, 16, 17, 19, 20, 21, 25, 30

Tab. 59: Verbraucherkompetenzen im Bereich Konsumentenschutz (Selbsteinschätzungen)

Quelle: Eigenerhebung

Nach eigenen Einschätzungen kennt jeder Dritte der Befragungspersonen seine Konsumentenrechte ganz gut, aber bereits jeder Zweite kaum bis gar nicht. Der Rest liegt dazwischen und meint, dass das Wissen sicher noch verbesserungsbedürftig und ausbaufähig sei. Auch hier gilt wieder: man ist der Auffassung, sich jederzeit entsprechende Informationen und Auskünfte beschaffen zu können, sofern ein Bedarf vorliegen sollte.
„Informationen hole ich je nach Bedarf ein“.[528]
„Je nach Notwendigkeit beschafft man sich die Informationen für den jeweiligen Bedarf“.[529]
„Was man nicht weiß, kann man ja immer noch lernen, wenn man es mal benötigen sollte“.[530]
„Ich denke, wenn ich wirklich ein Anliegen hätte, dann würde ich auch herausfinden, wo ich mich hinwenden muss“.[531]
„Wenn ich mal etwas wissen möchte, dann schaue ich einfach im Internet nach oder Rufe notfalls bei der Arbeiterkammer an, je nachdem“.[532]

[527] Vgl. zB Transkript # 11, 12 oder 19
[528] Transkript # 11
[529] Transkript # 15
[530] Transkript # 10
[531] Transkript # 1
[532] Transkript # 6

„Wenn es notwendig sein sollte, dann denke ich, da hat jeder Mensch sehr viele und sehr gute Möglichkeiten, seine Rechte auch durchzusetzen und auch zu bekommen“.[533]
„Ich würde mich informieren und wehren, wenn ich ungerecht behandelt werde“.[534]
„Ja, ich weiß zumindest wohin ich mich wenden kann, wenn ich ein Anliegen habe“.[535]

Die Bereitschaft sich präventiv damit zu befassen ist eher gering und nur in Ausnahmefällen vorhanden.
„Ja, ich habe Jus studiert, deswegen kenne ich mich in Rechtsfragen ganz gut aus“.[536]
„Ich bin kein Profi, aber im Großen und Ganzen weiß ich was möglich ist und was nicht möglich ist“.[537]

Das Vertrauen in Institutionen des Konsumentenschutzes ist durchaus gegeben. Verbraucher gehen grundsätzlich davon aus, dass diese ihre Aufgaben – wie zB Warenkontrollen, Preisvergleiche, Prüfberichte und Interventionen – entsprechend wahrnehmen und bei etwaigen verbraucherbezogenen Eventualitäten mit Rat und Tat zur Verfügung stehen.
„Ich vertraue darauf, dass mich der Konsumentenschutz bewahrt“.[538]

Vergleicht man die Selbsteinschätzungen mit den übrigen Antworten in diesem Abschnitt, zeigt sich recht deutlich, dass all jene, die sich auf diesem Gebiet als recht kompetent einschätzen, nicht zwangsweise ein besseres Verständnis der Materie vorweisen können. Häufig kommt es zu Über- und Unterschätzungen.

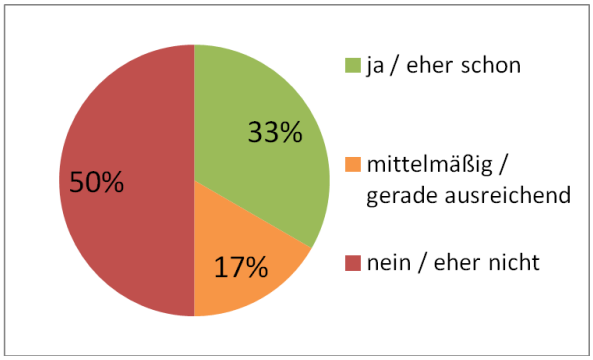

Abb. 7: Kenntnis der Verbraucherrechte (Selbsteinschätzung)

Quelle: Eigendarstellung

533 Transkript # 24
534 Transkript # 25
535 Transkript # 26
536 Transkript # 12
537 Transkript # 7
538 Transkript # 21

Frage: „Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?“

Wichtigkeit	Nennungen	Transkript #
Ja, so früh wie möglich	6	1, 4, 10, 17, 22, 29
Ja, in der Unterstufe	9	2, 6, 7, 9, 11, 12, 14, 15, 16
Ja, aber erst in höheren Schulstufen	11	5, 13, 18, 19, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 30
Ja, aber unschlüssig in welchem Alter	2	8, 28
Nein / eher nicht	2	3, 20

Tab. 60: Aneignung von Verbraucherkompetenzen im Rahmen der Schulausbildung

Quelle: Eigenerhebung

Eine Minderheit von zwei Personen hält es für überflüssig, Verbraucherbildung auf den Lehrplan zu setzen.
„Es ist nicht zielführend, meiner Meinung nach, die Kinder gezwungenermaßen damit zu konfrontieren“.[539]
„Im Schulalter ist die nötige Reife noch nicht vorhanden“.[540]

Ansonsten sieht man dies doch eher als Notwendigkeit. Zusätzlich wurde gefragt, ab welchem Alter, bzw. ab welcher Schulstufe die Schüler optimalerweise damit konfrontiert werden sollten, wobei die Meinungen recht weit auseinandergingen. Während sechs Personen meinten, dies sollte ehestmöglich geschehen, ist es für neun respektive elf Personen zielführender, Verbraucherwissen in der Unterstufe bzw. erst ab der Oberstufe zu unterrichten.
„Man sollte hier für mehr Aufklärung der Kinder sorgen und zwar so früh wie möglich“.[541]
„Die Kinder sollen wissen, wie man sich wehren kann in solchen Angelegenheiten“.[542]
„Nicht unbedingt schon in der Volksschule, aber später dann, wenn sie das auch verstehen“.[543]
„Das geht noch über ihren Horizont hinaus“.[544]
„Und dass sie im Falle des Falles auch ihre Eltern aufklären können“.[545]
„Überhaupt heutzutage. Die Welt wird immer komplexer und tückischer“.[546]

[539] Transkript # 3
[540] Transkript # 20
[541] Transkript # 4
[542] Transkript # 1
[543] Transkript # 5
[544] Transkript # 7
[545] Transkript # 9
[546] Transkript # 8

In der Stichprobe finden sich sowohl Lehrer, als auch Eltern mit Kindern im Schulalter. Gegenüberstellend wird ausgewertet, wie die das sehen.
Lehrer sind sich einig, dass Verbraucherbildung unbedingt ein Thema sein sollte, allerdings besteht kein Konsens, ab wann mit der Ausbildung jener Art begonnen werden soll.[547]
Eltern hingegen sehen das sehr ähnlich. Die Angaben, ab welcher Schulstufe sinnvollerweise damit begonnen werden sollte, verteilen sich annähernd gleichmäßig über die drei definierten Kategorien.[548]

4.6 Wahrnehmung von Werbung

Werbung prägt durch ihre Omnipräsenz den Alltag eines jeden Konsumenten. Sie kann dabei unter anderem informativen oder unterhaltenden Charakter haben. Oder aber, sie wird aufgrund ihrer Penetranz als eher belästigendes Element angesehen. Dieser Fragenkomplex will klären, wie Konsumenten Werbemaßnahmen gegenüber eingestellt sind und inwiefern man sich einer suggestiven Wirkung ausgesetzt fühlt.

Frage: „Täglich wird man mit Werbung konfrontiert. Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu? Fühlen Sie sich belästig oder informiert?“

Bei dieser Frage ging es vorrangig darum, den Befragungspersonen einen Raum zu bieten, ihre Gedanken und Gefühle betreffend der Werbung auszudrücken. Sind die Probanden nicht von sich aus auf einzelne Werbeträger eingegangen, wurden die Medien Fernsehen, Plakate und Postwurfsendungen konkret angesprochen.

Da die jeweiligen Haltungen gegenüber Werbemaßnahmen höchst differenziert ausfallen, ist es an dieser Stelle schwierig verallgemeinernde Aussagen zu treffen. Jedoch lassen sich zum Teil starke Tendenzen erkennen. Summa Summarum ergeben die artikulierten Empfindungen ein eindeutig negatives Bild. Nur etwa jeder Sechste gab an, sich zumindest teilweise von gut durchdachter Werbung unterhalten zu fühlen.[549] Diese Ansicht wird eher von Frauen vertreten. Mehrheitlich klagt man über die Reizüberflutung, der man sich teils nur schwer entziehen kann und über das niedrige Niveau mancher Werbespots.[550] Verbraucher sind sich durchaus bewusst, mit welchen Mitteln und Methoden seitens der Werbeindustrie gearbeitet wird. Die da wären Provokation, Lockangebote, Tatsachenverschleierung, unterschwellige Manipulation und dergleichen mehr.
Der Werbeverdruss kann sogar so weit reichen, dass bestimmte Produkte, Marken oder Firmen aus Protest gemieden werden.[551]

[547] Vgl. Transkript # 10, 21 und 22
[548] Vgl. Transkript # 12, 13, 14, 16, 17, 19, 22 und 24
[549] Vgl. zB Transkript # 1, 8, 9, 21 oder 25
[550] Vgl. zB Transkript # 8 oder 12
[551] Vgl. zB Transkript # 25 oder 29

„Es gibt gewisse Werbungen, da kaufe ich das Produkt nicht, weil mir die Werbung auf die Nerven geht“.[552]

Tendenziell hat es eher den Anschein, Konsumenten hätten sich mit der alltäglichen Werbeflut längst abgefunden und damit zu leben gelernt, wenngleich sie dennoch teils aufs Heftigste kritisiert wird.
„Ich habe mich damit abgefunden. Werbung gehört einfach zum Alltag dazu“.[553]
Primär sind es die jüngeren Interviewteilnehmer, die weitestgehend bemüht sind, entsprechend ihrer Möglichkeiten Werbungen zu ignorieren, bzw. sich ihrem Einfluss zu entziehen.[554] Vorzugsweise möchte man im Bedarfsfall lieber selbst die Initiative ergreifen und eigenständig relevante Informationen einholen.[555]
„Informiert fühle ich mich überhaupt nicht, denn wenn ich Informationen benötigen sollte, dann kümmere ich mich selbst darum“.[556]
„Ganz selten sind wichtige Informationen dabei, wenn ich welche brauche, aber die kann ich mir auch selber beschaffen“.[557]

Betrachten wir zunächst die drei untersuchten Werbeträger etwas näher.

Fernsehwerbung:
Am emotionalsten wird auf Fernsehwerbung reagiert. Während sich kaum jemand davon unterhalten und niemand informiert sieht, fühlt sich eine große Mehrheit davon eindeutig belästigt, besonders was Werbeunterbrechungen während eines Filmes anbelangt. Die gängige Praxis bei zumindest der Hälfte der Stichprobe ist jene des Kanalwechsels im Falle von unliebsamen Werbeeinschaltungen.[558]
„Mittlerweile schaue ich mir die Fernsehwerbung kaum noch an, weil sie immer blöder und sinnfreier wird“.[559]
„Werbung im Fernsehen ist ja irgendwie lustig, die gucke ich gerne hin und wieder“.[560]

Plakatwerbung:
Verhältnismäßig neutral ist man Plakatwerbung gegenüber eingestellt. Für die meisten Personen weisen sie eher geringe Relevanz auf, stoßen aber im Großen und Ganzen auf Akzeptanz. Die wenigen Personen, die dieses Medium nicht bewusst ignorieren, machen sich kaum Gedanken dazu und fühlen sich nur in Ausnahmefällen wirklich belästigt davon.

[552] Transkript # 29
[553] Transkript # 8
[554] Vgl. zB Transkript # 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 17 oder 24
[555] Vgl. zB Transkript # 11 oder 26
[556] Transkript # 26
[557] Transkript # 16
[558] Vgl. zB Transkript # 3, 4, 6, 14, 15, 19, 20, 24 oder 28
[559] Transkript # 4
[560] Transkript # 1

„Die gehören zum Stadtbild und fallen mir nicht so auf“.[561]
„Ich fühle mich nicht wirklich belästigt dadurch, ich gehe halt vorbei und denke mir nichts dabei“.[562]
„Aber wenn’s nicht sehr billig oder geschmackslos ist, dann kann ich damit eigentlich leben“.[563]
Zwei Personen aus der Großstadt holen zumindest beiläufig auf diesem Wege Informationen über Veranstaltungen und Events ein.[564] Vier Personen fühlen sich beim Autofahren dadurch abgelenkt.[565]
„Die Plakate lenken beim Autofahren ab, deswegen versuche ich sie zu ignorieren“.[566]
„Beim Autofahren können Sie aber ablenken und zu Verkehrsunfällen führen, im schlimmsten Fall“.[567]
„Insbesondere wenn die Straßen nass sind und sich die leuchtenden Werbetafeln am Boden spiegeln, das lenkt total ab“.[568]

Postwurfsendungen:
Im direkten Vergleich sind für die Verbraucher Postwurfsendungen mit Abstand am informativsten, obgleich sie aufgrund ihrer großen Menge für nicht wenige ein erhebliches Ärgernis darstellen. Vielfach wird insbesondere die Ressourcenvergeudung angekreidet.[569] Da in Prospekten tendenziell eher Preisangaben gemacht werden als in Fernsehspots und auf Plakaten, sind sie vielen Konsumenten beim Preisvergleich und der Suche nach günstigen Angeboten dienlich.
„Werbung, die mir die Preisvergleiche erleichtert ist schon wichtig für mich. Anhand von Prospekten entscheide ich oft, in welchen Supermarkt ich als nächstes gehe“.[570]
„Es ist immer mit einer wesentlichen Ersparnis verbunden“.[571]
„Da informiere ich mich über Angebote und kann mich selbst informieren, beim Anderen werde ich berieselt“.[572]
„Wenn jetzt doch mal ein Prospekt da ist, über Angebote, die man zufällig doch gerade braucht, dann kann es doch ganz nützlich sein“.[573]
„Man kann nach Angeboten schauen und ein bisschen planen was man kocht usw“.[574]

[561] Transkript # 13
[562] Transkript # 3
[563] Transkript # 7
[564] Transkript # 20 und 25
[565] Vgl. Transkript # 5, 6, 15 und 26
[566] Transkript # 26
[567] Transkript # 5
[568] Transkript # 6
[569] Vgl. zB Transkript # 7, 9, 10, 14, 20 oder 28
[570] Transkript # 19
[571] Transkript # 15
[572] Transkript # 18
[573] Transkript # 2
[574] Transkript # 1

Prospektinformationen werden gerne bei der Einkaufsplanung berücksichtigt, nichtsdestotrotz findet sich in den Briefkästen häufig Werbematerial, das auf wenig Interesse stößt. Welche Prospekte Anklang finden und welche nicht, hängt freilich von den individuellen Präferenzen einer Einzelperson ab, anhand der Antworten lässt sich allerdings ableiten, dass Werbematerial von Supermärkten größere Beachtung findet als diverses andere.
Beinahe ein Drittel entsorgt die Reklame unverzüglich, ohne sie eines weiteren Blickes zu würdigen. Gerade einmal vier Interviewteilnehmer wirken diesem Umstand mit sogenannten „Bitte kein Reklamematerial"/„Bitte keine unadressierte Werbung"-Plaketten entgegen, oder ziehen diese Möglichkeit zumindest in Erwägung.[575]
„Die Werbung im Briefkasten kann ich nicht ausstehen, das wird gleich entsorgt".[576]
„Werbung aus dem Briefkasten werfe ich gleich weg, ohne überhaupt hinzuschauen".[577]
„Demnächst werde ich mir das „Keine Reklame"-Pickerl besorgen".[578]

Werbung im Internet in Form von Bannern, PopUps, Spam-Mails, Verlinkungen, Empfehlungen und eigenen Werbeseiten etc. dürften für die Werbeindustrie zunehmend an Bedeutung gewinnen. Im Rahmen der Piloterhebung wurde sie nur in zwei Fällen explizit angesprochen, sowohl in positiver als auch in negativer Ausprägung.
„Auch die Werbung im Internet kann einem weiterhelfen".[579]
„Ich verwende auch am PC Werbeblocker, weil ich das Zeug schon nicht mehr sehen kann".[580]
Anhand der Studie Konsumenten 2012 ließe sich erheben, wie Konsumenten den unterschiedlichen Internetwerbeformen gegenüber eingestellt sind, gerade im Lichte der neuerdings so populär gewordenen „sozialen Netzwerke".

[575] Vgl. Transkript # 6, 7, 14 und 29
[576] Transkript # 3
[577] Transkript # 11
[578] Transkript # 6
[579] Transkript # 2
[580] Transkript # 10

Frage: „Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?“

Wahrgenommene Beeinflussung	Nennungen	Transkript #
Ja	28	2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
Kommt stark auf den Einzelnen an	2	1, 3
Nein	0	

Tab. 61: Wahrgenommene Beeinflussung durch Werbemaßnahmen

Quelle: Eigenerhebung

Unbestreitbar lässt sich feststellen, dass Konsumenten das Kaufverhalten, bzw. die Kaufentscheidungen ihres sozialen Umfeldes von Werbemaßnahmen beeinflusst sehen.

„Die Menschen sind sehr leicht zu beeinflussen durch ständige Werbung“.[581]

„Selbst wenn es nur im Unterbewusstsein ist“.[582]

„Wenn man sich über längere Zeit davon berieseln lässt, dann wirkt es sicher“.[583]

„Das ist reine Gehirnwäsche. Das Unterbewusstsein wird manipuliert“.[584]

„Alles was wir sehen und hören beeinflusst uns schließlich auf die eine oder andere Art“.[585]

„Wenn ein neues Produkt vorgestellt wird, dann geht man sicher und probiert das vielleicht einmal aus“.[586]

„Kann schon vorkommen, dass mir genau das Produkt in den nächsten Tagen im Geschäft viel mehr auffällt und ich an die Werbung denke“.[587]

„Es gibt solche, die sehen irgendwas und wollen das sofort haben und andere lässt das wiederum total kalt“.[588]

[581] Transkript # 26
[582] Transkript # 2
[583] Transkript # 3
[584] Transkript # 19
[585] Transkript # 6
[586] Transkript # 25
[587] Transkript # 7
[588] Transkript # 1

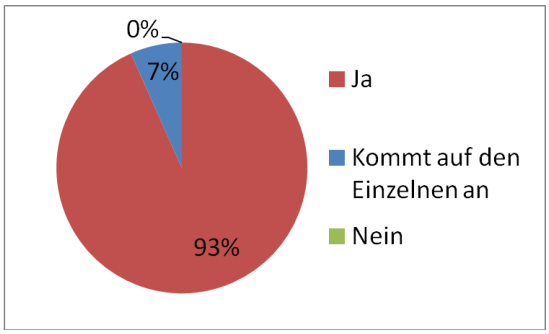

Abb. 8: Wahrgenommene Beeinflussung durch Werbemaßnahmen im sozialen Umfeld

Quelle: Eigendarstellung

Frage: „Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?“

Fall bekannt?	Nennungen	Transkript #
Ja, sich selbst	7	1, 7, 8, 9, 11, 18, 30
Ja, andere Person(en)	16	2, 3, 4, 5, 6, 7, 12, 13 14, 16, 17, 21, 22, 24, 25, 27
Nein, niemand bekannt / kein konkretes Beispiel	8	10, 15, 19, 20, 23, 26 28, 29

Tab. 62: Bekannte Beispiele von Personen, die sich offenkundig durch Werbemaßnahmen beeinflussen ließen

Quelle: Eigenerhebung

Das ein oder andere mal erstanden sieben Interviewte Produkte, auf welche sie durch Reklame aufmerksam gemacht wurden.[589] Genannt wurden diverse Lebensmittel, Fast-Food-Produkte, Waschmittel und technische Geräte, wie ein elektronischer Bauchgürtel und eine Haarglättungsmaschine.
„Da habe ich mich beeinflussen lassen, obwohl ich sowas nicht gebraucht habe“.[590]

Knapp mehr als der Hälfte der Stichprobe fällt hierzu ein Beispiel aus dem sozialen Umfeld ein. Das Umfeld setzt sich in diesem Falle aus Nachbarn, Freunden, Kunden, Schülern und Familienangehörigen unterschiedlichen Verwandtschaftsgrades zusammen. Auffälligerweise werden in genannten Beispielen fast ausschließlich weibliche Personen, wie Nachbarinnen, Mütter oder Freundinnen usw. dargestellt. Zu den aufgezählten Produkten zählen wiederum Lebensmittel, Spielsachen, Süßigkeiten, Putzmittel, Arzneiprodukte, technische Geräte, Bekleidung und diverse Modeartikel.

[589] Die Dunkelziffer wird weit darüber liegen.
[590] Transkript # 11

Wie bereits vorhin festgestellt lassen sich manche Konsumenten bei ihren täglichen Besorgungen von Postwurfsendungen inspirieren.
Viermal kamen Danone-Produkte wie Activia und Actimel ins Gespräch – im negativen Sinne. Man zweifelt stark an der angepriesenen Wirksamkeit.
„Die größte Werbelüge des Jahrhunderts hat Danone verbreitet".[591]

Acht Personen fiel entweder kein konkretes Beispiel dazu ein oder sie konnten keinen direkten Konnex zwischen Kaufentscheidung und der dazugehörigen Werbemaßnahmen herstellen.
„Das kann man jetzt nicht sagen, ob jemand etwas gekauft hat, nur weil er das aus der Werbung kennt".[592]
„Man kann schwer feststellen, ob jemand wirklich wegen der Werbung etwas gekauft hat".[593]

Frage: „Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?"

Grund	Nennungen	Transkript #
Ansprechende Präsentation der Waren und Dienstleistungen	8	1, 3, 4, 7, 10, 12, 15, 25
Auffälligkeit / Aufdringlichkeit / Provokation	8	2, 6, 9, 14, 20, 25, 28, 29
Vermittlung falscher Tatsachen	4	16, 17, 22, 24
Generieren von Wünschen, Bedürfnissen und Sehnsüchten	11	4, 5, 8, 10, 11, 12, 13, 20, 22, 25, 26
Häufige Wiederholung	5	6, 9, 14, 19, 28
Reichweite der Werbung	2	12, 18
Bewerbung des Preises / Lockangebote	2	3, 16

Tab. 63: Antizipierte Gründe für die Wirksamkeit von Werbemaßnahmen

Quelle: Eigenerhebung

Mittels dieser gestellten Frage wurde nach von Verbraucher antizipierten Gründen gesucht, weshalb Werbemaßnahmen eine Wirkung bei ihren angesprochenen Zielgruppen erzielen könnten. Am häufigsten fand das subtile Generieren von Wünschen, Bedürfnissen und Sehnsüchten Erwähnung. Dies wurde dadurch erklärt, dass Reklame mittels Bild und Ton eine künstliche Wirklichkeit erzeugt, die Produkte in ein möglichst gutes Licht rückt und dabei negative Aspekte ausblendet oder gar verschleiert. Auch von Lügen und Täuschungen war teilweise die Rede.[594]

[591] Transkript # 24
[592] Transkript # 28
[593] Transkript # 20
[594] Vgl. zB Transkript # 16, 17, 22 oder 24

„Die Menschen sollten darüber aufgeklärt werden, mit welchen schmutzigen Tricks die Werbebranche arbeitet“.[595]

Desweiteren sieht man die Wirksamkeit der Werbung in ihrer Auffälligkeit, sowie aufdringlichen und provokanten Darstellungen der Inhalte. Man scheint davon überzeugt zu sein, sich dieser Beeinflussung bedingt durch ihre Allgegenwärtigkeit, ständige Wiederholung und Reichweite mancher Werbeträger nie zur Gänze entziehen zu können.[596]

Nebenher wurde noch erhoben, welche Personen sich den Einschätzungen der Interviewteilnehmern zufolge am ehesten beeinflussen lassen, sofern sich dies verallgemeinernd überhaupt sagen lässt.
Rund zwei Drittel der Befragten sehen Kinder und Jugendliche als eher empfänglich. Dabei sei erwähnt, dass „Kinder“ eher von jüngeren Befragungspersonen ins Spiel gebracht wurden, während es bei den älteren in erster Linie „Jugendliche“ waren.[597] Sechs Personen sprachen generell von „jungen Menschen“.[598] Diese hätten angeblich noch nicht die notwendige Lebenserfahrung und altersbedingte Genügsamkeit älterer Konsumenten entwickelt.
„Ältere brauchen nicht mehr so viel, die haben nicht mehr das Bedürfnis etwas Neues kennen zu lernen und sind eher vorsichtiger dann“.[599]
Letztere werden von jedem Zehnten als prinzipiell beeinflussbarer gehalten, unter anderem wegen einer vermeintlich „ausgeprägteren Leichtgläubigkeit“.[600] Betreffend Frauen sieht das ein Fünftel der Stichprobe so, wovon die Hälfte selbst weiblich ist.[601] Männer hingegen wurden in dieser Hinsicht von niemandem explizit angesprochen.
Bildung spielt neben dem Alter und Geschlecht ebenfalls eine Rolle, denn sieben Personen sehen einen höheren Grad an potentieller Beeinflussbarkeit je niedriger die Bildungsstufe ausfällt.[602] Andere sprachen wiederum von „wenig selbstbewussten, mäßig intelligenten, einfach gestrickten, naiven Menschen“.[603] Acht Personen, wovon alle bis auf einen unter 45 sind, halten jeden für grundsätzlich ansprechbar, da Reklame zumeist auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten ist.[604]
Zu Kontrollzwecken wurde noch explizit nachgefragt, wie stark man Kinder von Werbemaßnahmen manipulierbar sieht.

[595] Transkript # 22
[596] Vgl. zB Transkript # 6, 9, 12, 14, 18, 19 oder 28
[597] Vgl. zB Transkript # 1, 4, 7, 9, 11, 12, 13 oder 15 bzw. 18, 19, 20, 23 oder 30
[598] Vgl. zB Transkript # 3, 6, 17, 21, 27 oder 29
[599] Transkript # 27
[600] Vgl. Transkript # 13, 16 und 23
[601] Vgl. Transkript # 6, 9, 11, 12, 16 und 28
[602] Vgl. Transkript # 3, 6, 14, 16, 23, 26 und 28
[603] Vgl. Transkript # 1, 3, 4, 19 und 22
[604] Vgl. Transkript # 5, 6, 7, 9, 10, 14, 15 und 20

Frage: „Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?“

Während bei voriger Frage wie gesagt noch rund zwei Drittel von sich aus angaben, Kinder und Jugendliche wären in höherem Maße empfänglich für die Wirkung von Werbung, ist es nun nahezu ein jeder der meint, Kinder seien hierdurch stark bis sehr stark in ihrem Entscheidungsverhalten beeinflussbar.

4.7 Wertorientierung und soziales Kapital

Gesellschaftliches Zusammenleben definiert sich unter anderem über vermittelte Werte und soziales Kapital. In diesem Sinne erhebt dieses Kapitel das vermeintlich vorhandene Sozialkapital bei den Interviewteilnehmern sowie die wahrgenommene Wertorientierung im weiteren sozialen Umfeld.

Frage: „Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen. Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?“

Absolut niemand gibt an, über keinerlei soziales Kapital zu verfügen. Erste Ansprechpartner sind Freunde, Familienangehörige und diverse Verwandte, aber auch die unmittelbaren Nachbarn. Gerade aber die Nachbarn sind es, die nicht für jeden in Frage kommen. Manch einer findet den Gedanken, sich an die Nachbarn bezüglich diverser Gefälligkeiten zu wenden, geradezu absurd.
„An die Nachbarn überhaupt nicht, auf die Idee würde ich gar nicht erst kommen“.[605]
„Ich habe noch nie etwas von den Nachbarn gebraucht“.[606]
„An die Nachbarn würde ich mich nicht wenden, die kenne ich nämlich gar nicht. Ich würde auch nicht wollen, dass sie zu mir kommen und mich um irgendwas bitten“.[607]
„Wenn ich etwas vergessen habe, dann gehe ich lieber selbst zurück in den Laden und kaufe mir das“.[608]
„Die Nachbarn eigentlich weniger. Das ist bei mir eine Prinzipsache. Sie würden aber helfen, das denke ich schon“.[609]
„Wir wohnen in einer Reihenhausanlage und da kennt jeder jeden. Man kann sich auf die Nachbarn zum größten Teil verlassen“.[610]
„Meine Nachbarn sind auch meine Freunde“.[611]

[605] Transkript # 2
[606] Transkript # 4
[607] Transkript # 6
[608] Transkript # 1
[609] Transkript # 24
[610] Transkript # 5
[611] Transkript # 9

In einer zunehmend globalisierten Welt sind die unmittelbaren Bezugspersonen oftmals über weite Distanzen verstreut. Mehr als ein Drittel merkte an, dass die Verwandten und teilweise auch die Freunde weit entfernt wohnen würden und deswegen für kleinere Gefälligkeiten nicht zur Verfügung stünden.[612] In diesen Fällen zählt man verhältnismäßig deutlich häufiger auf die Hilfe seiner Nachbarn.
„Nachbarn vor allem. Das wären die nächsten. Die anderen fallen aufgrund der räumlichen Entfernung eher weg".[613]
„Die Familie lebt in Mexiko und die Freunde sind auch weiter weg".[614]

Weiters wurde erhoben, wie oft die Befragungspersonen im groben Schnitt von derlei Gefälligkeiten Gebrauch machen würden. Kategorien und Auswahlmöglichkeiten wurden dabei keine vorgegeben. Bei 10% ist dies sehr häufig oder regelmäßig der Fall.[615] Fünf weitere Personen nehmen ein paar Mal oder zumindest einmal im Monat derartige Hilfen in Anspruch.[616] Ein weiteres Sechstel liegt bei „mehrmals im Jahr" und ein Fünftel bei „einmal im Jahr".[617] Die restlichen elf Personen wenden sich nur selten, sehr selten oder so gut wie nie mit einem solchen Anliegen an ihre Bezugspersonen.[618]
„Kann ich mich wenden, aber ich tue es selten, oder versuche es zu vermeiden. Manchmal ist es peinlich etwas nicht selbst zu können und Schwächen zuzugeben".[619]
„Meistens versuche ich selbst meine Probleme zu lösen".[620]
„Die Leute kommen wenn dann zu mir, wenn sie etwas brauchen oder etwas repariert haben möchten". [621]
„Es sind halt lauter Kleinigkeiten, wo man sich im Freundeskreis gegenseitig hilft".[622]

Signifikante Unterschiede hinsichtlich soziodemographischer Merkmale sind insgesamt kaum ersichtlich.

Frage: „Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert? Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?"

[612] Vgl. zB Transkript # 1, 3, 5, 8, 14, 16, 17, 18 oder 27
[613] Transkript # 14
[614] Transkript # 16
[615] Vgl. Transkript # 2, 10 und 21
[616] Vgl. Transkript # 9, 12, 15, 17 und 27
[617] Vgl. Transkript # 6, 13, 22, 24 und 25 bzw. 11, 14, 16, 18, 29 und 30
[618] Vgl. Transkript # 1, 3, 4, 5, 7, 8, 19, 20, 23, 26 und 28
[619] Transkript # 20
[620] Transkript # 6
[621] Transkript # 26
[622] Transkript # 10

Wichtige Werte	Nennungen	Transkript #
Hilfsbereitschaft	10	5, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 21, 27
Verlässlichkeit	7	1, 5, 9, 17, 20, 21, 29
Vertrauenswürdigkeit	4	4, 6, 20, 29
Ehrlichkeit	11	5, 9, 12, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 30
Freundlichkeit	11	6, 8, 11, 12, 14, 16, 19, 23, 27, 29, 30
Höflichkeit / Aufmerksamkeit	4	1, 6, 11, 27
Freundschaft	1	28
Gegenseitiger Respekt und Rücksichtnahme	3	1, 6, 30
Umgang miteinander / Verhalten anderen gegenüber	9	2, 6, 8, 10, 11, 19, 27, 28, 30
Adäquates / anständiges Benehmen	3	5, 22, 27
Gegenseitige Sympathie / Akzeptanz	8	1, 4, 5, 9, 21, 22, 27, 29
Humor	1	19
Gemeinsame Interessen / Hobbys	4	4, 10, 12, 15
Äußerlichkeiten / (gepflegtes) Auftreten / Kleidungsstil	6	2, 5, 6, 8, 14, 23
Gesundheit	1	23
Herkunft / Abstammung	3	8, 9, 12
Religion	1	9
Ausdrucksfähigkeit / Redegewandtheit	1	6
Bildung / Allgemeinwissen	4	2, 12, 19, 24
Ausbildung / Titel	4	3, 15, 16, 24
Beruf	4	3, 6, 24, 26
(Sozialer) Status	6	1, 10, 12, 13, 15, 24
Familie / Familienstatus	2	3, 8
Einkommen	4	11, 15, 24, 26
Besitztümer (Auto, Wohnung,…)	13	2, 3, 4, 10, 12, 13, 14, 16, 18, 23, 25, 26, 29

Tab. 64: Wahrgenommene Wertorientierung in der Gesellschaft

Quelle: Eigenerhebung

Den interviewten Personen wurden auch hier keinerlei Vorgaben gemacht. Es ging vielmehr darum zu erheben, welche Stichworte den Konsumenten innerhalb einer Minute zu diesem Thema einfallen. Für einige gestaltete es sich als relativ schwierig passende Worte zu finden. Leute mit höherer Bildung brachten in der Regel mehr und originellere Ideen ein. Materielle Werte wie Besitz und Besitztümer führen zwar mit 13 Nennungen die Tabelle 64 an, in Summe wurden immaterielle Werte aber weit häufiger genannt. Vergleichsweise oft kommen Ehrlichkeit, Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft vor, gefolgt vom Umgang miteinander, der Verlässlichkeit und der

gegenseitigen Sympathie. Äußerlichkeiten, wie gepflegtes Auftreten und der Kleidungsstil wurden primär von jüngeren Menschen angesprochen. Ansonsten wären noch – bedingt durch die Häufigkeit der Nennung – der Status, die Bildung, die Ausbildung, der Beruf, das Einkommen, die Interessen, Vertrauenswürdigkeit und Höflichkeit erwähnenswert.

Elf Befragungspersonen haben nicht den Eindruck, dass sich hier in der jüngeren Vergangenheit etwas Grundlegendes geändert hätte.[623] 23% wiederum sehen materielle Werte als (stark) gestiegen.[624] Auf der anderen Seite denken vier Personen, dass sich im Laufe der Zeit Werte wie individuelle Ansichten, persönliche Freiheit und ökologisch orientiertes Gedankengut durchsetzten bzw. weiter durchsetzen werden und sich der Fokus verstärkt auf die Lebensqualität richtet.[625] Die restlichen Einzelansichten werden stichwortartig zusammengefasst:

- Bedeutung von Bildung und Ausbildung stieg stark an[626]
- Menschen sind allgemein verschlossener als früher[627]
- Kriminalität ist stark gestiegen[628]
- Menschen leiden stärker unter Stress und Zeitmangel[629]
- Immer mehr Menschen haben Existenzängste[630]
- Herkunft und Religion wurden wichtiger[631]
- Personen- und Freundeskreise vielfältiger[632]
- Alter und Geschlecht waren früher ausschlaggebender[633]
- Es wird mehr Wert auf Marken gelegt[634]
- Es ist mittlerweile weniger entscheidend wie man sich kleidet[635]

[623] Vgl. Transkript # 2, 3, 5, 11, 14, 17, 19, 21, 23, 24 und 30
[624] Vgl. Transkript # 4, 7, 12, 16, 18, 27 und 29
[625] Vgl. Transkript # 6, 12, 20 und 25
[626] Vgl. Transkript # 16
[627] Vgl. Transkript # 27 und 28
[628] Vgl. Transkript # 30
[629] Vgl. Transkript # 12 und 28
[630] Vgl. Transkript # 22
[631] Vgl. Transkript # 9
[632] Vgl. Transkript # 1
[633] Vgl. Transkript # 8
[634] Vgl. Transkript # 13
[635] Vgl. Transkript #15

4.8 Konsummöglichkeiten, Konsumwünsche und Kaufsucht

Der finanzielle Spielraum und die sich daraus ableitende Kaufkraft sind von Person zu Person sehr unterschiedlich. Die Interviewteilnehmer wurden befragt, wie sie die allgemeine Zufriedenheit ihres sozialen Umfeldes sowie auch die eigene in diesem Kontext beurteilen.

Frage: „Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum") Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?"

Zufriedenheit	Nennungen	Transkript #
Ja / eher schon	21	1, 3, 5, 6, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 25, 27, 28, 29, 30
Kommt stark auf die einzelnen Personen an / es gibt solche und solche	2	2, 15
Nein / eher weniger	7	4, 7, 8, 9, 21, 24, 26

Tab. 65: Zufriedenheit des sozialen Umfeldes der Interviewteilnehmer mit der Kaufkraft (Fremdeinschätzung)

Quelle: Eigenerhebung

70% sind da eher optimistisch. Zwei Personen kennen gleichermaßen sowohl zufriedene als auch unzufriedene Personen in ihrem engeren Umfeld. Die übrigen sieben Interviewteilnehmer schätzen die Zufriedenheit mit der finanziellen Situation ihrer Bezugspersonen weitestgehend negativ ein. Detaillierteren Einblick geben die unten angeführten Zitate aus den Transkripten.

„Generell wird in Österreich niemandem etwas Wesentliches fehlen. In anderen Teilen der Welt verhält sich das natürlich ganz anders".[636]

„Man versucht halt das Beste aus seiner Situation zu machen und gibt sich mit dem zufrieden was man hat".[637]

„Der Großteil ist schon zufrieden. Die strecken sich nach der Decke".[638]

„Manchen geht's relativ gut, weil sie gut verdienen. Andere müssen kämpfen, weil die Kinder bald erwachsen werden. Man ist halt trotzdem grundsätzlich mit dem zufrieden, was man sich aufgebaut hat".[639]

„In der heutigen Zeit geht niemandem wirklich etwas ab, da es uns im Grunde eh an nichts fehlt. Wir haben ein sehr gutes Sozialsystem".[640]

„Sind bestimmt im Großen und Ganzen zufrieden, obwohl sie sich schon oft über die

[636] Transkript # 3
[637] Transkript # 6
[638] Transkript # 27
[639] Transkript # 15
[640] Transkript # 19

hohen Preise ärgern“.[641]
„Ich glaube, dass sich jeder alles leisten kann, was er zum Leben braucht“.[642]
„Die haben alle genug Geld. Ich weiß von niemandem, dass er in Not ist“.[643]
„In unseren Kreisen, also in Mitteleuropa, leben wir sowieso weit über unsere Verhältnisse und trotzdem sind die Leute vielfach unzufrieden“.[644]
„Ich denke, die sind unzufrieden, obwohl es ihnen eh an nichts Grundlegendem mangelt“.[645]
„Ich glaube hauptsächlich unzufrieden, wegen der hohen Steuerbelastung, die hier in Österreich gegeben ist“.[646]
„Wenn ich so an die Freunde und die Familie denke, dann glaube ich, dass sie mit ihrem Einkommen unzufrieden sind und gerne mehr verdienen würden“.[647]
„Die wollen doch immer ein bisschen mehr, als sie haben, oder haben können“.[648]

Im Lichte der in den Medien gegenwärtig sehr präsenten Wirtschafts- und Finanzkrise fallen die Einschätzungen im Schnitt recht optimistisch aus. Es lässt sich nicht behaupten, Besserverdiener oder formal höher Gebildete würden die Lage besser oder schlechter bewerten. Auch sonst lassen sich keine wesentlichen Auffälligkeiten erkennen.

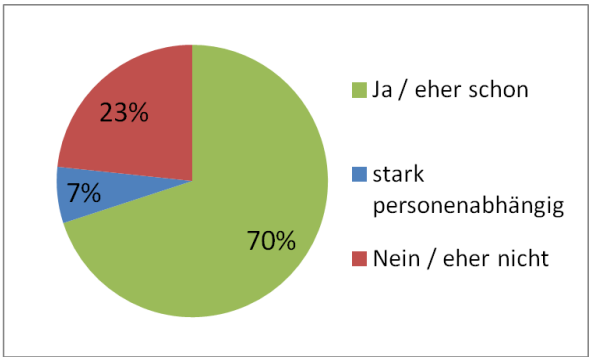

Abb. 9: Zufriedenheit des sozialen Umfeldes mit der Kaufkraft (Fremdeinschätzung)

Quelle: Eigendarstellung

641 Transkript # 5
642 Transkript # 23
643 Transkript # 30
644 Transkript # 26
645 Transkript # 21
646 Transkript # 24
647 Transkript # 9
648 Transkript # 7

Frage: „Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?“

Zufriedenheit	Nennungen	Transkript #
Ja / eher schon	22	1, 2, 3, 10, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30
Nein / eher weniger	8	4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 15

Tab. 66: Zufriedenheit der Interviewteilnehmer mit ihrer Kaufkraft

Quelle: Eigenerhebung

Wenig bis kaum zufrieden ist die Generation 25-35. Die unter 25jährigen in der Stichprobe wohnen zum Teil noch bei den Eltern in besserverdienenden Mehrpersonenhaushalten. Sämtliche Personen ab 45 Jahren sind mit ihrer persönlichen finanziellen Situation eher zufrieden, bzw. zum Teil sogar sehr zufrieden. Dies überrascht ein wenig, zumal sich auch unter den älteren Interviewpersonen einige mit einem Pro-Kopf-Einkommen von unter € 1.000 auskommen müssen. Hierfür bieten sich zwei mögliche Erklärungen an. Erstens: es ist den Leuten unangenehm über ihre finanziellen Möglichkeiten zu sprechen, weswegen damit geantwortet wird, dass man zufrieden sei, um sich als unangenehm empfundene Fragen nach dem „Warum“ zu ersparen. Zweitens: man hat sich über die Jahre hinweg mit seiner Ertragskraft abgefunden und entsprechend darauf eingestellt. Zweitere Erklärung lässt sich zum Teil durch einige Aussagen der Probanden belegen.

„Nein, mir geht nichts ab und was mir abginge, könnte ich mir leisten“.[649]
Ich bin zufrieden. Ich habe längst ausgesorgt“.[650]
„In meinem Alter wird man genügsamer“.[651]
„Wir haben zwar nicht so viel, brauchen aber auch nicht mehr. In unserem Alter wird man zufriedener“.[652]
„Das Wenige, das ich brauche, kann ich mir auf jeden Fall leisten“.[653]
„Man passt sich letztendlich an seine Situation an“.[654]
„Ich könnte mehr konsumieren, wenn ich wollte, aber ich bin auch so zufrieden. Mehr Konsum würde mich nicht automatisch glücklicher machen“.[655]
„Da ich momentan nicht so viel auf der hohen Kante habe, bin ich nicht so ganz zufrieden“.[656]

[649] Transkript # 10
[650] Transkript # 26
[651] Transkript # 27
[652] Transkript # 30
[653] Transkript # 19
[654] Transkript # 8
[655] Transkript # 20
[656] Transkript # 4

„Ein bisschen was geht mir schon ab, ich verdiene nicht so viel“.[657]
„Ich kann mir keine Urlaube leisten“.[658]
„Eine gewisse Existenzsicherheit geht mir ab, wenn ich das mal so sagen darf“.[659]

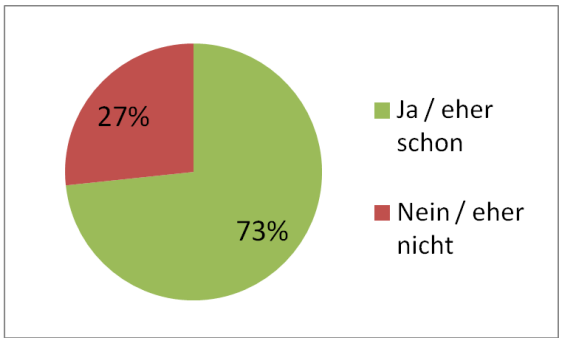

Abb. 10: Zufriedenheit mit der eigenen Kaufkraft

Quelle: Eigendarstellung

Frage: „Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?“

Konsumwünsche	Nennungen	Transkript #
Urlaubsreise(n)	6	5, 6, 7, 9, 13, 15
Neue Bekleidung	1	9
Moderneres Mobiltelefon	1	9
Neues Notebook	1	3
Professioneller Fotoapparat	2	4, 10
Aktuelle Videospielkonsole	1	4
Filmprojektor / Beamer	1	8
Internet-Server	1	7
Möbel / Einrichtungsgegenstände	1	16
Neues Auto	3	6, 14, 17
Motorboot	1	18
Größere / Neue Wohnung oder eigenes Haus	5	6, 11, 12, 25, 26
Zweitwohnsitz am See	1	19
Keine	11	1, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 28, 29, 30

Tab. 67: Latente Konsumwünsche der Interviewteilnehmer

Quelle: Eigenerhebung

[657] Transkript # 5
[658] Transkript # 15
[659] Transkript # 7

Keine spezifischen Konsumwünsche haben nahezu alle über 50jährigen. Dies deckt sich auch mit Tabelle 66. Scheinbar konnten und können sich ältere Generationen all ihre Konsumwünsche erfüllen, oder aber sie lernten im Zeitablauf, sich auf ihre Situation einzustellen und wurden genügsamer. Bei den unter 50jährigen verhält es sich naturgemäß vollkommen anders, diese haben fast ausnahmslos spezielle Konsumwünsche, die noch nicht befriedigt wurden oder sich aus finanziellen Gründen derzeit nicht erfüllen lassen. 25 bis 40jährige sehnen sich allem voran nach Urlaubsreisen, für die momentan nicht ausreichend Kapital oder Zeit zur Verfügung steht. Als Begründung für diesen Wunsch wurde wie erwartet folgendes angegeben: Entspannung, Erholung, Abenteuer, Erlebnis, sich etwas gönnen, etwas Neues entdecken und interkultureller Austausch. Wäre ein größerer finanzieller Spielraum vorhanden, würden sechs Personen ihre Wohnsituation ändern. Auch der Wunsch nach neuen Fahrzeugen ist vorhanden. Diejenigen, die sich gerne einen neuen Pkw anschaffen würden, besitzen bereits einen. Das vorhandene Fahrzeug sei schlicht schon verhaltet und mit Mängeln versehen.[660] Übrige Konsumwünsche belaufen sich auf Einrichtungsgegenstände, Bekleidung und diverse technische Geräte, wie Fotoapparate, Computer inkl. Zubehör und dergleichen mehr. Selbst wenn man es sich leisten könne oder könnte, wäre es einem in vielen Fällen das Geld nicht wert.[661] Rein immaterielle Konsumwünsche wurden keine geäußert. Die materielle Natur der Nennungen lässt auf eine ausgeprägte materielle Orientierung schließen.

Dass zwanghaftes Konsumverhalten in Kaufsucht ausarten kann, ist hinlänglich bekannt. Ob im sozialen Umfeld der Interviewteilnehmer derartige Fälle bekannt sind, wurde mittels nachfolgender Frage erhoben.

Frage: „Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist. Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?“

Von den Interviewteilnehmern kennen 53% niemanden, auf den diese Beschreibung zutreffen würde. Anders bei den übrigen 14 Personen, wo jeweils mindestens ein Fall bekannt ist. Fraglich ist, inwieweit bei den Einzelnennungen tatsächlich Fälle von Kaufsuchtgefährdung vorliegen. Den Erzählungen nach handle es ich überwiegend um Menschen, die deutlich über ihr Haushaltsbudget hinaus konsumieren und dadurch in Zahlungsschwierigkeiten geraten.[662] Zwei Fälle von Spielsucht werden ebenfalls geschildert.[663] Die Palette reicht insgesamt von unverhältnismäßigen Lebensmittelbeschaffungen, zwanghaften Schnäppchenjagden, häufigen Bestellungen per Internet oder Versandhandel und der Anschaffung von teuren, prestigeträchtigen

[660] Vgl. Transkript # 6, 14 und 17
[661] Vgl. zB Transkript # 7 oder 10
[662] Vgl. zB Transkript # 7, 11, 15, 17, 18, 20, 21, 26, 27, 28, 29 oder 30
[663] Vgl. Transkript # 4 und 29

Luxusgütern.[664] Anzeichen von kompensatorischem Verhalten sind vorhanden. Laut den Interviewpartnern sind die beschriebenen Personen dem Anschein nach auf der Suche nach Anerkennung, Geltung, Status, Prestige, Glück und Kompensation.[665]
Zur Verdeutlichung werden einige Zitate aus den Transkripten angeführt.
„Da kenne ich schon jemanden. Der verdient schön, gibt aber noch mehr aus“.[666]
„Das ist sozusagen die Jagd nach dem Glücksgefühl. Der hat sich da in was hineingesteigert und kommt nicht mehr los davon“.[667]
„Wenn der Kauf erledigt ist, dann stellt sich diese Leere ein und so muss gleich wieder etwas gekauft werden. Die Suche nach dem Glück quasi“.[668]
„Wieso die das wirklich machen, werden sie einem nicht verraten. Ich schätze mal, die versuchen sich für irgendwas zu kompensieren“.[669]
„Wenn man lange Zeit praktisch gar nichts hat, dann hat man schon den Wunsch, dass man sich etwas gönnen möchte“.[670]
„Die ist aus einer älteren Generation und hat immer Angst, dass sie zu wenig hat. Die sogenannten Kriegskinder, die horten und haben Angst, dass es ihnen wieder weggenommen wird“.[671]

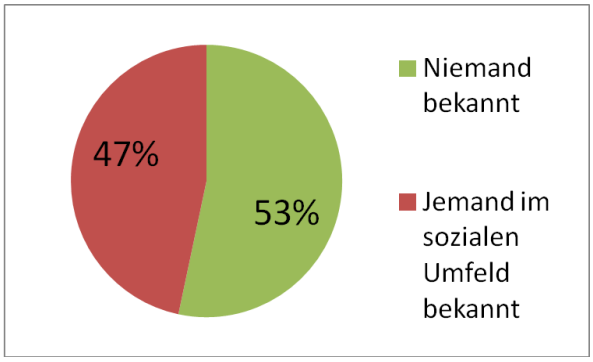

Abb. 11: Bekannte Fälle von Kaufsuchtgefährdung im sozialen Umfeld der Interviewteilnehmer

Quelle: Eigendarstellung

664 Vgl. zB Transkript # 4, 7, 11, 15, 17, 21, 28 oder 30
665 Vgl. vor allem Transkript # 7, 15, 17, 18, 20, 26 und 27
666 Transkript # 28
667 Transkript # 20
668 Transkript # 22
669 Transkript # 26
670 Transkript # 7
671 Transkript # 4

4.9 Spezielle Verbraucherprobleme

Dieses Kapitel ist dazu angedacht, nochmal explizit auf Verbraucherprobleme einzugehen, die sich allenfalls auftun können.
Technische Geräte verfügen oftmals über eine große Anzahl von Funktionen. Unter Umständen kann dies Verbraucher verwirren und überfordern, was dazu führen dürfte, dass die Verwendung einiger Zusatzfunktionen von ihnen zu Zwecken der Komplexitätsreduktion ausgespart wird. Ob dies generell der Fall ist, soll folgende Frage klären:

Frage: „Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?“

Nutzung von Zusatzfunktionen	Nennungen	Transkript #
Ja / eher ja	7	2, 6, 7, 8, 9, 12, 16
Teilweise (je nach Bedarf / Notwendigkeit)	9	4, 10, 13, 14, 15, 21, 22, 23, 25
Nein / eher nein	14	1, 3, 5, 11, 17, 18, 19, 20, 24, 26, 27, 28, 29, 30

Tab. 68: Nutzung von Zusatzfunktionen

Quelle: Eigenerhebung

Die Antworten wurden in drei verschiedene Kategorien unterteilt.[672] Erstere umfasst alle Personen mit dem Hang zur Nutzung von Zusatzfunktionen eines Gerätes. Von ihnen werden prinzipiell – oder zumindest tendenziell eher schon, soweit man eine Notwendigkeit sieht – die spezifischen Funktionen eines Gerätes genauer erkundet. Argumentiert wurde unter anderem damit, dass „man ja schließlich auch dafür bezahlt habe“.[673]
In die zweite Kategorie fallen all jene, die sich nicht konkret festlegen wollten. Interessant ist hier vor allem die Argumentation. Zusatzfunktionen werden teilweise genutzt, es hängt aber vom jeweiligen Gerät und somit auch vom Bedarf und der Notwendigkeit ab. Einige Personen wiesen darauf hin, die Produkte bei der Anschaffung gemäß den vorhandenen und benötigten Funktionen auszuwählen.[674] Oder aber man beschäftigt sich mit den Geräten nicht so genau, nutzt die Zusatzfunktionen allerdings, sobald man sie durch Zufall entdeckt hat.[675]
Die dritte und letzte Kategorie fasst alle Personen zusammen, denen aus reiner Bequemlichkeit und Genügsamkeit primär die Basisfunktionen ausreichen. Man habe es bei technischen Geräten laut eigenen Angaben gerne eher einfach und

[672] Vgl. Tabelle 14
[673] Vgl. zB Transkript # 8
[674] Vgl. Transkript # 4, 10, 22 und 25
[675] Vgl. Transkript # 21

unkompliziert. Auch die Sinnhaftigkeit von mancherlei Funktionen dürfte nicht immer ganz ersichtlich sein.[676]

Anmerkung: Für Kontroversen sorgte insgesamt am ehesten noch das Handy. Die Antworten reichten von „ich benutze das Handy nur zum Telefonieren und SMS schreiben“ bis „ich nutze mein Handy sogar mehr fürs Internetsurfen, als zum Telefonieren“.[677]

Innerhalb der Kategorien galt es, die soziodemographischen Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten. Es sei auch an dieser Stelle wieder dahingestellt, wie sehr die soziale Wünschbarkeit in die Antworten mit eingeflossen ist.

Die „Zusatzfunktionennutzer“ sind zwischen 21 und 45 Jahre alt und tendenziell eher gebildeter und einkommensschwächer. Möchte man eine These wagen, könnte man sagen „verstärkt jüngere Menschen mit etwas mehr Bildung und weniger Einkommen haben eher den (durch monetäre Knappheit verursachten) Drang und auch die nötigen Kenntnisse, ihre Gerätschaften so umfassend wie möglich zu nutzen“. Die allgemeine Gültigkeit dieser Aussage ist freilich als nicht gegeben zu betrachten.
Gemeinsamkeiten bei „Basisfunktionennutzern“ ergeben sich nicht durch Einkommen und Bildung, sondern vermehrt nach dem Alter und teilweise auch nach dem Geschlecht. In der Altersklasse von 20 bis 30 finden sich hier ausschließlich Frauen, während es unter den 50 bis 70jährigen nur Männer sind. Ergänzend bleibt zu erwähnen, dass alle über 66jährigen die Zusatzfunktionennutzung kategorisch ablehnen.
Vergleicht man all jene Personen aus der „Teilweise-Kategorie“ miteinander, ist bestenfalls eine einzige Gemeinsamkeit auffällig. Nämlich, dass hier niemand vom Land inbegriffen ist, was aber eine Tatsache von keinerlei weiterer Bedeutung sein dürfte.

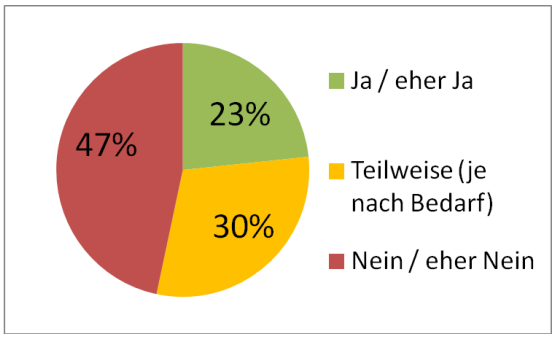

Abb. 12: Nutzung von Zusatzfunktionen

Quelle: Eigendarstellung

[676] Vgl. zB Transkript # 20
[677] Vgl. zB Transkript # 2, 3, 5, 15 oder 23

Neben technischen Geräten können auch mangelhafte Service- und Dienstleistungen bei Verbrauchern zu Problemen und Unzufriedenheit führen. Inwieweit das zutrifft, versucht die nächste Frage zu ermitteln:

Frage: „Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert? Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde? Wurde eine Lösung gefunden?"

Keine Beschwerden gab es auf Seiten von 20 Personen, wovon 85% keinen Anlass sahen, 15% war schlicht der Aufwand zu hoch. Die Beanstandung wurde von jenen drei Frauen aus der Großstadt auch deswegen unterlassen, weil man der Auffassung war, dass es „eh nichts nütze".[678] Es ging hier jeweils um eine missverständliche Vereinbarung bezüglich einer Ratenzahlung, Fehlzustellungen seitens der Post und mangelhafte Auskunftsbereitschaft des ÖBB Personals.
Folgende drei Anmerkungen von Personen, die keinen konkreten Anlass zur Beschwerde sahen, erscheinen zitierwürdig, da sie eventuell die Meinungen von mehreren Personen reflektieren:[679]
„Sicher habe ich mich über das ein oder andere still geärgert, aber mich letzten Endes dann nicht beschwert". [680]
„Wenn es notwendig gewesen wäre, hätte ich das bestimmt gemacht. Ich lasse mir generell nichts gefallen".[681]
„Ich beschwere mich höchstens über die Preise. Die hohen Preise bei so kleinen Leistungen, die sind viel zu hoch".[682]

Zu tatsächlichen Beschwerden kam es im Verlauf der letzten 12 Monate bei einem Drittel der Interviewpartner. Mit der gefundenen Lösung zufrieden waren davon 60%, weniger bis gar nicht zufrieden 40%.
Zufrieden mit der Lösung war man genauer gesagt in folgenden Bereichen:

- Gastronomie (1 Nennung)[683]
- Technischer Service (5 Nennungen)[684]
- Zustellung Zeitungsabonnement (1 Nennung)[685]

Nach persönlicher Kontaktaufnahme wurde jeweils die noch geschuldete Leistung unverzüglich nachgereicht, eine klärende Auskunft erteilt, eine Entschädigung angeboten oder ein Ersatzgerät zur Verfügung gestellt.

678 Vgl. Transkript # 3, 5 und 23
679 Hier ist gegebenenfalls Potential für weiterführende Forschungsbeiträge vorhanden. Konkret ausgedrückt: die Forschung nach den Motiven für das Unterlassen einer Beschwerde bei nicht erwartungsgerechten Leistungen und die Preiswahrnehmung und Zahlungsbereitschaft bei Dienstleistungen aller Art.
680 Transkript # 20
681 Transkript # 26
682 Transkript # 27
683 Vgl. Transkript # 6
684 Vgl. Transkript # 2, 12, 15 und 25
685 Vgl. Transkript # 29

Im Gegensatz dazu konnte trotz offizieller Beschwerde in diesen Bereichen aus unterschiedlichen Gründen keine für den Konsumenten akzeptable Lösung gefunden werden:

- Ticketkauf bei einem öffentlichen Personennahverkehrsbetreiber (1 Nennung)[686]
- Ticketkauf bei einem Linienflugbetreiber (1 Nennung)[687]
- Auflösung eines Vertrages mit einem Mobilfunkbetreiber (1 Nennung)[688]
- Versicherungsleistung (1 Nennung)[689]

Inwieweit die einzelnen Beschwerdefälle gerechtfertigt waren oder eben auch nicht, bleibt dem Urteilsvermögen eines jeden Individuums überlassen. Bestehen bleibt jedoch die Tatsache, dass sich die Konsumenten in ihrem subjektiven Empfinden ungerecht behandelt oder übergangen fühlten.

In diesem Sinne ist auch die Bedeutung der letzten Frage in diesem Kapitel nicht zu unterschätzen. Die Interviewpartner bekamen abschließend die Gelegenheit, für sie wichtige Verbraucherprobleme zu thematisieren und Ergänzungen oder Anmerkungen aller Art einzubringen. Die Auswertungsergebnisse könnten gegebenenfalls für verwandte Studien von Relevanz sein.

Frage: „Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden ‚das sehe ich persönlich als besonders problematisch!'?"

Die einzelnen Punkte wurden nach Themen geordnet und mit Zitaten belegt.

Lebensdauer und Qualität von Konsumgütern (3 Nennungen):
Wie schon zuvor in Kapitel 4.4 sprachen drei Personen erneut die als zu niedrig empfundene Produktlebensdauer, sowie die Problematik der sogenannten „Wegwerfprodukte" an, die zu einem nicht unerheblichen Teil in China oder „Ländern der Dritten Welt" erzeugt werden.
„Es gibt zu viele Wegwerfprodukte".[690]
„Es gibt immer mehr Billigprodukte aus China. Die halten nicht lange und haben keine Qualität".[691]
„Es werden oft Garantien angegeben, die immer genau dann auslaufen, kurz bevor das Gerät dann kaputt geht".[692]

[686] Vgl. Transkript # 8
[687] Vgl. Transkript # 24
[688] Vgl. Transkript # 9
[689] Vgl. Transkript # 16
[690] Transkript # 26
[691] Transkript # 17
[692] Transkript # 1

Umweltschutz und Nachhaltigkeit (3 Nennung):
Auch der Umweltschutz und soziale Aspekte der Nachhaltigkeit wurden ein weiteres mal thematisiert. Man ortet hier teils massiven Handlungsbedarf.
„Ich würde es gut finden, wenn es gerade bei technischen Geräten nicht nur ein Umweltgütesiegel gibt, sondern dass es gesetzliche Vorgaben gibt. Dass solche Produkte, die bestimmte Umwelterfordernisse nicht erfüllen, gar nicht verkauft werden dürfen“.[693]
„Ich finde, dass unser Konsumsystem uns in den Untergang treibt. Global gesehen“.[694]

Warenangebot (2 Nennung):
Wie echte Nachhaltigkeit beim Warenangebot nicht auszusehen hat, bringen folgende zwei Zitate zum Ausdruck:
„Gerade bei Obst und Gemüsen gibt es zu viel Angebot aus fremden Ländern, das ist nicht notwendig und nicht richtig“.[695]
„Zusätzlich ärgert mich, dass täglich Tonnen an nicht verkauftem Obst, Gemüse und Brot weggeworfen werden. Das ist irre!“.[696]

Konsumzwänge und Konsumdruck (1 Nennung):
Eigentlich auch dem Punkt „Werbung“ zuordenbar, wurde nachfolgender Aussage ein eigenständiger Punkt zugedacht, da sie klar verdeutlicht, wie stark man sich teilweise dem Konsumdruck und omnipräsenten Konsumzwängen ausgesetzt sieht.
„Stoppt diesen Konsumwahn. Ich habe es eh schon angesprochen: die viele Werbung, die Kundenkarten, das riesen Angebot… das muss alles nicht sein!“.[697]

Werbung (5 Nennungen):
Obwohl die Werbung bereits in Kapitel 4.6 behandelt wurde, war es einem Drittel der Befragten ein Anliegen, sich nochmals dazu zu äußern. Als über die Maßen ärgerlich empfindet man irreführende, nicht der Wahrheit entsprechende Werbeaussagen und aggressive, verkaufsfördernde Werbetaktiken, wie zB „Nimm 2 und erhalte 1 gratis dazu“-Aktionen.[698] An dieser Stelle sei erwähnt, dass einige Konsumenten im ersten Themenbereich unterstrichen, gerade solche Sonderangebote als angenehm zu empfinden. Nichtsdestotrotz erachtet man Werbemaßnahmen generell als ausgesprochen manipulativ.
„Es gibt einfach so viele unnötige Sachen, die eh keiner braucht. Aber die Werbung vermittelt uns dann, dass wir das doch brauchen und haben müssen“.[699]

[693] Transkript # 10
[694] Transkript # 22
[695] Transkript # 12
[696] Transkript # 6
[697] Transkript # 11
[698] Vgl. zB Transkript # 6 oder 14
[699] Transkript # 3

„Da wird man animiert mehr zu kaufen, obwohl man es gar nicht braucht.“[700]
„Problematisch sehe ich, dass es immer wieder in der Werbung möglich ist, speziell bei Lebensmitteln, Lügen zu verbreiten. Das ärgert mich schon. Da sollte der Konsumentenschutz viel härter durchgreifen“.[701]

Konsumentenschutz und Konsumenteninformation (8 Nennung):
Gefordert wurde seitens des Konsumentenschutzes auch, dass man im Rahmen der Werbung mehr Informationen über seine Rechte und Möglichkeiten als Konsument erhält. [702]
„Vielleicht könnte man hier ein bisschen mehr Informationen in die Öffentlichkeit hineintragen. Dass man allgemein die Leute mehr über Rechte und Konsumentenschutz aufklärt“.[703]
„[…] dass denen mehr Macht gegeben wird und mehr Ressourcen zur Verfügung gestellt werden, damit die die Konsumenten besser schützen können“.[704]
„Wir sollten mehr über Konsumentenschutz hören, sodass die Leute gut informiert werden“.[705]
Mehr Durchsetzungsvermögen und Aufklärungsarbeit des Konsumentenschutzes ist auch im Bereich Datenschutz und der nachträglichen für Konsumenten ungünstigen Änderung von bestehenden Verträgen durch Mobilfunkbetreiber ausdrücklich erwünscht.[706] Gerade im Mobilfunkbereich klagt man ebenfalls über die zunehmende Intransparenz bei den Tarifbestimmungen.
„Was problematisch ist, sind die Handytarife, die für Konsumenten immer undurchsichtiger werden. Ich würde mir eine Richtlinie wünschen, die zu offenerer und genauerer Information führt, damit der Standardkonsument da den Durchblick behalten kann“.[707]
Die zunehmende Informationskonkurrenz und das breiter werdende Warenangebot sorgen zusätzlich noch für Überforderung.
„Der Konsument wird immer mehr überfordert, da es durch die zunehmende Intransparenz bei der Information und die stetig steigende Auswahl zu Entscheidungsschwierigkeiten kommt. Der Konsument braucht mehr Hilfestellungen, um den Durchblick zu behalten“.[708]
„Da es zum Teil auch unter Konsumentenschutz fällt, sollten die den Banken mehr auf die Finger schauen. Banken haben in dem Blickfeld eine sehr große soziale

[700] Transkript # 14
[701] Transkript # 24
[702] Vgl. zB Transkript # 16
[703] Transkript # 7
[704] Transkript # 9
[705] Transkript # 16
[706] Vgl. zB Transkript # 7
[707] Transkript # 8
[708] Transkript # 20

Verantwortung“.[709]

Mogelpackungen und Kennzeichnung (6 Nennungen):
Teils sehr emotionalisierend war bei dieser Frage für ein Fünftel der Stichprobe das Thema „Mogelpackungen“.
„In der Verpackung ist zu viel Luft drinnen. Da gehört mehr Ehrlichkeit her“.[710]
„Als Konsument wirst du eigentlich nur verarscht. Es gibt Mogelpackungen, es gibt Packungen, wo nicht alles drauf steht. Es wird überall wo es nur geht gemogelt und betrogen“.[711]
„Mogelpackungen täuschen viel Inhalt vor. Das regt mich immer auf“.[712]
Unverhältnismäßige Abweichungen zwischen Verpackungsgröße und Füllmenge werden demnach zurecht als Betrug am Konsumenten angesehen und unter anderem deshalb wird man sich verstärkt am spezifischen Preis orientieren wollen. Wie aber bereits in Kapitel 4.1.2 dargelegt, stellt die mangelhafte Ausschilderung – gerade beim für Preisvergleiche so hilfreichen spezifischen Preis – für ältere und sehschwächere Konsumenten eine Hürde dar.
„Das gehört groß und deutlich angeschrieben, sodass es jeder gut lesen kann“.[713]

Bezahlungsvorgang an der Supermarktkassa (2 Nennung):
Mehrfach wurde der Bezahlungsvorgang in Supermärkten bereits im Kapitel „Einkäufe des täglichen Bedarfs“ als unangenehm bezeichnet, nun findet er auch an dieser Stelle wieder Erwähnung.
„Beim wöchentlichen Einkauf stört mich der hektische und umständliche Vorgang an der Kassa, also das Ein- und Ausräumen vom Einkaufswagen und das Suchen nach dem passenden Kleingeld“.[714]
Auch die zu Platzproblemen führenden Regale und Aufbauten rund um den Kassenbereich tragen zum Unmut bei.[715]

Preisgestaltung (1 Nennungen):
Preissteigerungen wurden in lediglich einem Fall erwähnt, obwohl – oder vielleicht gerade weil – der Themenbereich „Erfahrungen der Konsumenten mit dem Euro“ erst in weiterer Folge angeschnitten wurde.
„Vielleicht die schleichenden Preissteigerungen, aber sonst wüsste ich nichts“.[716]

[709] Transkript # 15
[710] Transkript # 30
[711] Transkript # 4
[712] Transkript # 19
[713] Transkript # 28
[714] Vgl. Transkript # 6
[715] Vgl. Transkript # 16
[716] Transkript # 27

Ladenöffnungszeiten (1 Nennung):
„Die Läden sollen auch am Sonntag geöffnet sein“.[717]
Die schon seit etlichen Jahren immer wieder umstrittenen und vieldiskutierten „Ladenöffnungszeiten“ fanden in der Pilotstudie keinen eigenen Platz, wurden aber von den Interviewten vereinzelt bereits im Kapitel 4.1 angeschnitten. Es wäre zumindest denkbar, diesen Punkt in die Repräsentativstudie „Konsumenten 2012“ zu implementieren.

Keine weiteren Anmerkungen und Ergänzungen hatten sechs Personen vorzubringen, von denen ein Großteil Ende 30 bis Anfang 60 und weiblich ist.[718] „So ganz spontan würde einem da gerade nichts einfallen“, war man der Auffassung.

4.10 Wohnsituation

Die Interviewteilnehmer wurden gebeten, Angaben zu ihrer jeweiligen Wohnsituation zu machen und diese nach subjektiven Maßstäben mittels Schulnoten zu bewerten.

Frage: „Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation?“

Wohnsituation (Gesamt)	Note (Mittelwert)	Note (Modalwert)	Beste Note	Schlechteste Note
Wohnung	1,97	1	1	5
Wohnumgebung	1,87	1	1	4
Nachbarn	2,23	2	1	5
Verkehrsanbindung	1,60	1	1	4
Lärm	2,60	1	1	5
Mittelwert (Gesamt)	**2,05**			

Tab. 69: Beurteilung der Wohnsituation (Gesamt)

Quelle: Eigenerhebung

An den einzelnen Mittel- und Modalwerten lässt sich eine allgemeine Zufriedenheit mit der individuellen Wohnsituation ablesen. Am unzufriedensten ist man am ehesten mit dem Lärmaspekt. Hier gehen die Meinungen von Person zu Person allerdings weit auseinander, unabhängig davon, ob man am Land oder in der Stadt wohnt.[719] In den Bereichen Wohnumgebung und Verkehrsanbindung scheint niemand wirklich unzufrieden zu sein. Auch bei der Wohnung selbst wurde nur in einem einzigen Fall die schlechteste Note vergeben.
Vergessen sollte man dabei aber nicht, dass es dem einen oder anderen Interviewteilnehmer unter Umständen leichter fällt, seinen Unmut über die

[717] Transkript # 2
[718] Vgl. Transkript # 13, 18, 21, 23, 25 und 29
[719] Vgl. hierzu auch die Tabellen 70 und 71

Lärmbelastung und die Verkehrsanbindung zum Ausdruck zu bringen, als über die eigene Wohnung.

Sinnvoll erscheint an dieser Stelle die differenzierte Betrachtung der Wohnsituation nach der Wohngegend.

Wohnsituation (Land)	Note (Mittelwert)	Note (Modalwert	Beste Note	Schlechteste Note
Wohnung	2,00	1	1	4
Wohnumgebung	1,83	1	1	4
Nachbarn	2,33	2	1	5
Verkehrsanbindung	2,33	4	1	4
Lärm	2,50	1	1	5
Mittelwert (Gesamt)	**2,20**			

Tab. 70: Beurteilung der Wohnsituation (Land)

Quelle: Eigenerhebung

Während des Interviews bemängelten „Landbewohner“ immer wieder den mangelhaften Ausbau des öffentlichen Personennahverkehrs und die Erreichbarkeit ihrer Wohnorte. Dies spiegelt sich auch im Modalwert von 4 bei der Verkehrsanbindung wieder. Als positiv wird zwar der Ausbau der Straßen hervorgehoben, allerdings ist die Versorgung ohne Individualverkehrsmittel kaum bis gar nicht gewährleistet.
Auch am Land klagt man teilweise über die zu hohe Lärmbelastung, was vorwiegend damit zu begründen ist, dass die Hälfte der befragten Landbewohner in unmittelbarer Nähe von sogenannten Durchzugsstraßen oder Schnellstraßen wohnt. Die andere Hälfte ist, bedingt durch die ruhige Lage der Wohnung, sehr zufrieden.

Wohnsituation (Kleinstadt)	Note (Mittelwert)	Note (Modalwert	Beste Note	Schlechteste Note
Wohnung	1,50	2	1	2
Wohnumgebung	1,50	2	1	2
Nachbarn	2,17	3	1	3
Verkehrsanbindung	1,83	2	1	3
Lärm	2,33	2	1	4
Mittelwert (Gesamt)	**1,87**			

Tab. 71: Beurteilung der Wohnsituation (Kleinstadt)

Quelle: Eigenerhebung

Freilich lassen sich durch die geringe Größe der Stichprobe keinerlei allgemeingültige Aussagen treffen. Auffällig ist allerdings, dass Kleinstädter im direkten Vergleich über

eine subjektiv bessere Verkehrsanbindung verfügen als Landbewohner, gleichzeitig aber eine geringere Lärmbelästigung wahrnehmen. Zudem scheinen Kleinstädter mit ihrer Wohnsituation vergleichsweise am zufriedensten zu sein, was sich nicht nur aus dem niedrigsten Gesamt-Mittelwert schließen lässt, sondern auch aus dem Umstand, dass in keinem Bereich die Note 5 vergeben wurde.

Wohnsituation (Großstadt)	**Note** (Mittelwert)	**Note** (Modalwert	**Beste Note**	**Schlechteste Note**
Wohnung	2,11	2	1	5
Wohnumgebung	2,00	1	1	4
Nachbarn	2,22	2	1	5
Verkehrsanbindung	1,28	1	1	3
Lärm	2,72	3	1	5
Mittelwert (Gesamt)	**2,07**			

Tab. 72: Beurteilung der Wohnsituation (Großstadt)

Quelle: Eigenerhebung

Großstädter sind erwartungsgemäß mit ihrer Verkehrsanbindung sehr zufrieden. Ebenfalls nicht weiter verwunderlich dürfte der Umstand sein, dass besagte Großstädter sich durch Lärm mehr gestört fühlen, als ihre Mitmenschen aus Kleinstädten und vom Land. Sonst konnten hier keine weiteren Abweichungen und Auffälligkeiten ausgemacht werden.
Es wird nochmal ausdrücklich darauf hinwiesen, dass sich – bedingt durch die Stichprobengröße – keine Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit ziehen lassen. Die Ergebnisse der Datenauswertungen dienen ausschließlich als grober Anhaltspunkt.

Frage: „Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?“

Im Schnitt wohnen die Interviewteilnehmer 19 Jahre in ihren derzeitigen Wohnungen. Die Wohndauer schwankt zwischen 8 Monaten und 72 Jahren und der Median liegt bei 14,5 Jahren. Augenscheinliche Auffälligkeiten nach soziodemographischen Aspekten konnten keine festgestellt werden.

Frage: „Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?“

Hier geht es weniger um verhaltene Umzugswünsche, sondern vielmehr um konkrete Absichten, in absehbarer Zeit die Wohnung zu wechseln.

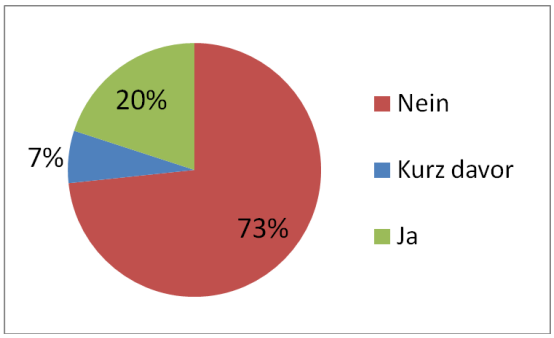

Abb. 13: Bevorstehender Umzug der Interviewteilnehmer

Quelle: Eigendarstellung

Eine Mehrheit von immerhin 73% hat nicht vor, in nächster Zeit umzuziehen. Es wurde zwar nicht explizit verlangt, dies zu begründen, jedoch gab man vereinzelt an, dass dies vorwiegend finanzielle Gründe hätte oder aber auch eine Frage der Bequemlichkeit sei. Wobei ersteres eher auf jüngere Generationen und zweiteres auf ältere Generationen zutrifft. Die unter 40jährigen gaben als Umzugsgrund entweder die momentan zu kleine Wohnung oder den Straßenlärm an.[720] Bei den über 40jährigen wurde ausschließlich die zu große Wohnung als Grund angegeben.[721] Entweder weil der Nachwuchs ausgezogen, oder der Ehepartner verstorben ist. Gesucht wird eine kleinere und ruhigere Wohnung. Zwei der jüngsten Befragten stehen kurz vor dem Umzug.[722]

Die aus konsumtiver Sicht spannendste Frage ist in diesem Befragungskomplex zweifelsohne jene nach dem Vorhandensein von allfälligen Versorgungsproblemen. Erhoben wurden wiederum ausschließlich die Meinungen und Empfindungen der Konsumenten.

Frage: „Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?“

Niemand ist der Ansicht, wirklich ein gravierendes Versorgungsproblem betreffend Lebensmittel und Konsumgüter zu haben.
Zum Teil werden bestimmte Läden, Geschäfte und Märkte in unmittelbarer Nähe vermisst. Wie in Tabelle 73 dargestellt, wurden diesbezüglich einige Wünsche artikuliert.

[720] Vgl. Transkript # 6, 9 und 12
[721] Vgl. Transkript # 19, 23 und 26
[722] Vgl. Transkript # 2 und 3

Gewünschte Einkaufsmöglichkeit in der Nähe	Nennungen	Transkript #
Bäckerei	4	13, 27, 29, 30
Greißler / Lebensmittelladen	2	17, 30
Molkerei	1	28
Fleischhauer	1	29
Asia-Shop	1	7
Trafik	2	17, 25
Bekleidungs-, Schuhgeschäft	2	16, 23
Elektrofachhandel	2	9, 14
Baumarkt	1	14
Möbelgeschäft	1	16

Tab. 73: Gewünschte Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe

Quelle: Eigenerhebung

Bei den gewünschten Einkaufsmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe lässt sich sehr stark nach der Wohngegend differenzieren. Während man in den Großstädten mit den gebotenen Möglichkeiten durchgehend zufrieden ist, wünschen sich insbesondere ältere Menschen am Land kleine Läden, wie Bäckereien, Greißler und Molkereien, die zumindest die Grundversorgung gewährleisten. Das Angebot von fahrenden Händlern wird nur eingeschränkt genutzt. Es hat zumindest den Anschein, dass man sich am Land mit dem „Greißlersterben“ abgefunden und auf den Umstand der längeren Wegstrecken eingestellt hat, gerade was jüngere Konsumenten betrifft.
In der Großstadt werden bestenfalls Baumärkte, Elektrofachhändler oder exotische Läden wie Asia-Shops vermisst und auch das nur in wenigen Ausnahmefällen. In Kleinstädten verhält es sich recht ähnlich wie in der Großstadt. Dort wird nämlich die Grundversorgung weitestgehend als gegeben betrachtet und schlimmstenfalls werden größere Textil- und Möbelgeschäfte in näherer Umgebung gewünscht.
Nichtsdestotrotz wird es in Kleinstädten – wie auch am Land – häufig als absolute Notwendigkeit angesehen, bei den Einkäufen des täglichen Bedarfs auf den Pkw zurückzugreifen. Einige Personen gaben bereits bei den Befragungen zu den Einkäufen des täglichen Bedarfs an, einen Pkw für die Besorgungen zu verwenden, bzw. verwenden zu müssen. Wie aus Abbildung 14 ersichtlich, steht in Summe mehr als zwei Drittel aller Haushalte ein Pkw für die Erledigung der alltäglichen Einkäufe zur Verfügung. In knapp der Hälfte der Haushalte wird der Pkw auch regelmäßig für die Einkaufsfahrten genutzt, in etwa einem Viertel zumindest ab und an.

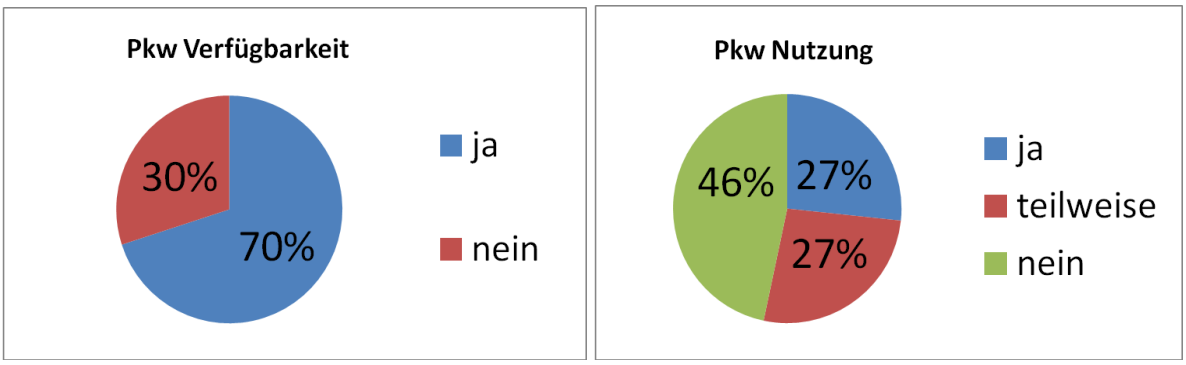

Abb. 14: Verfügbarkeit und Nutzung eines Pkws für die alltägliche Versorgung

Quelle: Eigendarstellung

Nachfolgende Tabelle stellt die Verfügbarkeit, Nutzung und subjektive Notwendigkeit von Individualverkehrsmitteln bei den Beschaffungen des täglichen Bedarfs dar.

Pkw	Nennungen	Transkript #
Nicht vorhanden, nicht benutzt, nicht notwendig	8	1, 4, 7, 8, 9, 10, 13, 29
Nicht vorhanden, teilweise benutzt, notwendig	1	27
Vorhanden, nicht benutzt, nicht notwendig	6	6, 11, 19, 22, 25, 26
Vorhanden, teilweise benutzt, nicht notwendig	5	3, 14, 15, 18, 20
Vorhanden, benutzt, nicht notwendig	1	21
Vorhanden, teilweise benutzt, notwendig	2	12, 16
Vorhanden, benutzt, notwendig	7	2, 5, 17, 23, 24, 28, 30

Tab. 74: Verfügbarkeit, Nutzung und Notwendigkeit eines Pkws für die alltägliche Versorgung

Quelle: Eigenerhebung

In acht Fällen ist weder ein Pkw vorhanden, noch wird er für die alltägliche Versorgung als notwendig erachtet. Fast ausschließlich handelt es sich hierbei um eher jüngere Menschen aus der Großstadt und in seltenen Fällen auch aus Kleinstädten. Darunter auch ein älterer Herr aus der Großstadt, der in diesem Sinne nicht auf ein Fahrzeug angewiesen ist.
In einem weiteren Fall ist zwar ebenfalls kein Pkw im Haushalt vorhanden, allerdings wird ein solcher für die grundlegende Versorgung eher als Notwendigkeit erachtet. Jene Situation bezieht sich auf eine alleinstehende, ältere Dame vom Land, die für Großeinkäufe regelmäßig auf Nachbarschaftshilfe angewiesen ist und kleinere Einkäufe mit dem Autobus erledigt.
Rund die Hälfte aller Personen, denen ein Pkw zur Verfügung steht meint, dass dieser für die Grundversorgung nicht notwendig wäre und nicht, oder nur teilweise benutzt wird. Ausnahmslos finden sich in jener Gruppe Großstädter. Einkommen, Haushaltsgröße, Bildung und Geschlecht spielen dabei keine gewichtige Rolle. Lediglich in einem einzigen Fall wird der Pkw regelmäßig benutzt, obwohl dies nach

eigener Auffassung nicht zwingend notwendig wäre.
Neun Personen besitzen und nutzen – zumindest teilweise – ihren Pkw, da dies als Notwendigkeit empfunden wird. Diese Gruppe umfasst beinahe sämtliche Landbewohner und die Hälfte aller Kleinstädter. Ein Großstädter ist ebenso vertreten. Somit lässt sich recht eindeutig feststellen, dass Menschen vom Land notwendigerweise einen Pkw benutzen und einen solchen im Regelfall auch zur Verfügung haben. Bei Menschen aus Kleinstädten verhält sich das ein wenig differenzierter, abhängig von der konkreten Wohnlage. Üblicherweise ist jedenfalls ein Fahrzeug vorhanden.

Abschließend werden zu diesem Punkt noch die wichtigsten Aussagen zusammengefasst:

„Ein Fahrzeug steht mir zwar zur Verfügung, aber aufgrund der Parkplatzproblematik in meiner Wohngegend und der Nähe der Geschäfte, erledige ich immer alles per pedes“.[723]
„Die Geschäfte lassen sich entweder zu Fuß oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln schnell und bequem erreichen“.[724]
„Bevor wir aber in die Stadt ziehen, nehmen wir es lieber in Kauf, dass wir hier im Ort keine Möglichkeiten zum Einkaufen haben“. [725]
„Ich nutze immer das Auto, da das Einkaufszentrum etwas weiter weg ist und ich fast ausschließlich Großeinkäufe tätige“.[726]
„Die mobilen Kaufleute kommen eh regelmäßig, das ist gut so. Freilich wäre es schön, wenn es im Ort noch einen Bäcker, einen Greißler oder eine Molkerei geben würde, aber die haben ja schon längst alle zugesperrt. Im Ort hätte ich gerne einen Greißler und Lebensmittelgeschäfte. In der Stadt passt alles. Das große Problem ist halt wie gesagt, dass ich kein eigenes Fahrzeug besitze“.[727]
„Hier im Ort bekommen wir sowieso nichts mehr. Hier gibt es einen Mechaniker und das war’s dann. Ohne Auto ginge da gar nichts. Fahrende Händler sind keine Option, weil man die immer abfangen müsste“.[728]
„In unserem Dorf gibt es überhaupt nichts. Zweimal wöchentlich kommt der Bäcker vorbei, aber davon kann man auch nicht leben. Viele im Dorf verlassen sich darauf, aber mein Mann kann zum Glück noch Auto fahren“.[729]

[723] Transkript # 6
[724] Transkript # 8
[725] Transkript # 17
[726] Transkript # 23
[727] Transkript # 27
[728] Vgl. Transkript # 28
[729] Vgl. Transkript # 30

4.11 Haltung gegenüber der Europäischen Union

Der vorletzte Befragungskomplex befasst sich mit der Haltung der Konsumenten gegenüber der Europäischen Union und den Erfahrungen mit der gemeinschaftlichen Währung, dem Euro. Zuerst wird mittels einer offenen und sehr allgemein gehaltenen Frage untersucht, welche Änderungen die Verbraucher in ihrem Alltag seit dem EU-Beitritt wahrgenommen haben.

Frage: „Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?“

Änderung	Nennungen	Transkript #
Teuerung	17	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 13, 16, 17, 19, 22, 23, 25, 27, 29, 30
Preissenkungen bei elektronischen Produkten	3	15, 19, 21
Schlagobers billiger geworden	2	19, 21
Weniger strenge Warenkontrollen	1	4
Rechtliche Vorteile / Vereinheitlichungen / Standards	3	7, 8, 20
Ungenauere Produkt-Kennzeichnungen	2	5, 12
Genauere Produkt-Kennzeichnung	1	8
Verbesserungen beim Konsumentenschutz	2	20, 24
Größere Produktauswahl	7	6, 9, 11, 13, 14, 15, 20
Verbesserte Reisefreiheit / Teilweise Grenzöffnungen	3	10, 18, 28
Teilweiser Wegfall des Geldwechselns	1	10
Neue / Gemeinsame Währung	7	6, 18, 19, 26, 27, 28, 30
Erleichterte Bezahlungsabwicklung bei Einkäufen im Ausland / freier Kapitalverkehr	1	10
Konzernbildungen	1	14
Produktionsverlagerung in andere EU-Länder	1	5
Fremdbestimmung	1	29
Gemeinsame Agrarpolitik	1	28
Keine Ahnung / Weiß nicht	3	1, 2, 3

Tab. 75: Wahrgenommene Änderungen durch den EU-Beitritt aus Konsumentensicht

Quelle: Eigenerhebung

Die drei jüngsten Interviewteilnehmer waren nach eigenen Angaben beim EU-Beitritt noch zu jung, um hier eine qualifizierte Antwort abgeben zu können. Dennoch ist ihnen seitdem, wie auch 14 anderen Befragungspersonen, eine wesentliche Teuerungsrate bei Konsumgütern verschiedenster Art aufgefallen.
„Es ist alles teurer geworden, aber das wäre mit dem Schilling genauso gewesen.

Durch die EU ist es halt noch schneller gegangen“.[730]
„Also ich meine, dass bei der Umstellung sehr stark aufgerundet wurde, obwohl genau das nicht hätte sein dürfen“.[731]
Auf der anderen Seite berichten fünf Personen von Preissenkungen bei elektronischen Produkten und Schlagobers. Die neue, gemeinsame Währung wurde siebenmal erwähnt, es darf jedoch davon ausgegangen werden, dass die Euroeinführung niemandem entgangen ist.[732] Derart selbstverständliche Gegebenheiten werden vermutlich nicht als erwähnenswert erachtet. Genauso gut darf angenommen werden, dass die teilweisen Grenzöffnungen durch das Schengen-Abkommen und die dadurch einhergehenden Vereinfachungen für Reisende mehreren Personen aufgefallen ist, als nur den 10%, die diese explizit ansprachen.
Bereits in Kapitel 4.1 wurde die recht große Produktauswahl in heimischen Supermärkten thematisiert. Seit dem EU-Beitritt ist diese Auswahl deutlich angestiegen, meinen sieben Personen. Vereinheitlichungen und Standardisierungen, speziell bei der Produktkennzeichnung, sind ebenfalls aufgefallen, sowohl in positiver als auch negativer Hinsicht.
„In anderen Ländern müssen die Lebensmittel vielleicht nicht so gut gekennzeichnet sein wie bei uns und trotzdem stehen sie bei uns im Regal. Einige Verbote, Richtlinien und Gesetze für Europa sind schauderhaft, zB das mit den Glühbirnen, oder die Gurkenkrümmungsproblematik“.[733]
„Wir haben sehr viele grenzüberschreitende Konsumentenschutzprobleme angesprochen, diskutiert und europaweit zum Teil umgesetzt“.[734]

Vereinzelt wurden Änderungen angesprochen, die Konsumenten nur mittelbar betreffen. Damit wurde bereits der nächsten Frage vorgegriffen, denn hier geht es vielmehr um die allgemeinen Vor- und Nachteile durch den EU-Beitritt für Österreich und seine Bürger.

Frage: „Was sind so allgemein die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?“

Beinahe zwei Drittel sehen die verbesserte Reisefreiheit durch die teilweisen Grenzöffnungen als wesentlichen Vorteil der EU-Mitgliedschaft. Dem gegenüber kritisiert ein Drittel selbige Grenzöffnungen aufgrund eines befürchteten Anstieges krimineller Aktivitäten, bedingt durch Zollumgehung, Schmuggel, Diebstahl und illegaler Einreise. Auf der positiven Seite sieht die Hälfte der Stichprobe Vorteile beim Zahlungsverkehr im Ausland durch die einheitliche Währung. Dadurch seien insbesondere Preise besser vergleichbar und der Währungswechsel fällt vielfach weg.

[730] Transkript # 25
[731] Transkript # 7
[732] Dies wird insbesondere durch die nachfolgenden Fragen deutlich.
[733] Transkript # 12
[734] Transkript # 20

Vorteile	Nennungen	Transkript #
Größere Produktauswahlmöglichkeiten	3	4, 14, 23
Grenzöffnungen / Reisefreiheit	19	2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 22, 26, 28, 29
Vorteile beim Zahlungsverkehr durch die einheitliche Währung	15	2, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 19, 23, 25, 26, 29
Niederlassungsfreiheit	6	7, 8, 9, 13, 14, 22
Gemeinschaftsgefühl	3	7, 10, 20
Friedensprojekt	3	8, 15, 23
Wirtschaftliche Vorteile	16	6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 28, 30
Keine	3	1, 17, 27

Tab. 76: Wahrgenommene Vorteile für Österreich und seine Bürger durch den EU-Beitritt

Quelle: Eigenerhebung

Nachteile	Nennungen	Transkript #
Mehr ausländische Waren in den Regalen	1	23
Fehlende Standards bei Qualität und Kontrolle	1	4
Steigende Kriminalität durch Grenzöffnungen	10	2, 5, 6, 11, 12, 19, 27, 28, 29, 30
Ansteigende Zuwanderungsrate aus benachbarten Ländern	2	11, 27
Schließung einiger Duty-Free-Shops	1	21
Währungsumstellung	1	13
Preissteigerungen (durch den Euro)	5	3, 11, 17, 23, 27
Schwächere Volkswirtschaften belasten die stärkeren	4	6, 16, 27, 29
Teurer / ineffizienter Verwaltungsapparat (Bürokratie, Intransparenz,…)	9	6, 7, 8, 12, 15, 17, 25, 26, 27
Verlust nationaler Souveränität / Fremdbestimmung	11	3, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 23, 26, 27, 29
Konflikte durch Länderunterschiede / divergierende Interessen	5	1, 15, 16, 22, 24
Nationalegoismen vorherrschend	1	8
Korruption / Amtsmissbrauch	6	6, 7, 17, 20, 22, 26
Zunehmende Konzernbildung	2	14, 22
Verstärktes Lobbying	2	10, 17
Globalisierungstendenzen	2	10, 20
Keine	1	9

Tab. 77: Wahrgenommene Nachteile für Österreich und seine Bürger durch den EU-Beitritt

Quelle: Eigenerhebung

Ebenfalls recht positiv aufgenommen wird die Tatsache, dass es EU-Bürgern nun erheblich leichter fällt, sich im europäischen Ausland nieder zu lassen, dort zu arbeiten und zu studieren. Gleichsam wird die EU von drei Personen als Instrument zur Wahrung des europäischen Friedens deklariert. Ebenso viele sehen darin ein aufkommendes Gemeinschaftsgefühl. Auch an dieser Stelle wieder wird mehrfach die nun größere Produktauswahl, vor allem hinsichtlich ausländischer Erzeugnisse, erwähnt. Dies wird nicht durchgehend als positive Entwicklung angesehen. Ansonsten nannte man noch diverse wirtschaftliche Vorteile für Unternehmer und Produktionsstandorte. Innerhalb einer Wirtschafts- und Währungsunion fühle man sich als Österreicher gegenüber großen bzw. aufstrebenden Wirtschaftsmächten langfristig konkurrenzfähiger. Keinerlei Vorteile fallen 10% ein.

Auf der negativen Seite bemängelt man den Verlust der nationalen Souveränität. Man ist der Auffassung, Österreich wäre zunehmend fremdbestimmt und hätte auf europäischer Ebene zu wenig Mitspracherecht. Divergierende Interessen und teils erhebliche kulturelle und wirtschaftliche Unterschiede zwischen den Ländern seien hauptverantwortlich für zahlreiche, bis dato teils kaum lösbare innergemeinschaftliche Konflikte. Hinzu kommt der als zu teuer und ineffizient empfundene Verwaltungs- und Regierungsapparat der Gemeinschaft. Auch von Korruption und Amtsmissbrauch wurde zum Teil gesprochen. Nach vereinzelten Aussagen würde die EU Konzernbildungen vereinfachen, Globalisierungstendenzen begünstigen und zunehmend dem Einfluss von Lobbying unterliegen. Negativ an der Währungsunion empfindet man vielfach die Gefährdung des Euroraumes durch vergleichsweise schwächere Volkswirtschaften. Auf den Euro selbst schiebt man zum Teil wahrgenommene Preissteigerungen.[735]

Frage: „Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?“

Einschätzung	Nennungen	Transkript #
Eher optimistisch / positiv	17	2, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 28
Eher pessimistisch / negativ	12	1, 4, 5, 11, 12, 16, 17, 25, 26, 27, 29, 30
Weiß nicht / keine Ahnung	1	3

Tab. 78: Einschätzungen bezüglich der Entwicklungen innerhalb der Europäischen Union

Quelle: Eigenerhebung

Es handelt sich hier um eine Momentaufnahme und obwohl Schlagworte wie „Wirtschaftskrise, Staatspleite, Eurorettungsschirm, Sparkurs“ seit geraumer Zeit

[735] Vgl. hierzu auch S. 120ff

durch die Medienlandschaft geistern, zeigt sich die Mehrheit der Interviewteilnehmer durchaus optimistisch, wenngleich teilweise mit verhaltenen Sorgen und Vorbehalten. Jener Optimismus wird von 40% keineswegs geteilt. Bürger mit formal höherer Bildung schätzen die gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen in diesem Kontext tendenziell positiver ein. Die gegenwärtige Stimmung lässt sich am besten durch einige prägnante Zitate einfangen.

„Was ist uns auch anderes übrig geblieben? Früher oder später hätten wir ja sowieso dazu gehen müssen“.[736]

„Ich finde gut an der EU, dass es durch die wirtschaftlichen Verknüpfungen eine friedensstiftende Funktion gibt“.[737]

„Die EU finde ich grundsätzlich ganz gut, aber sie müsste gestärkt werden, damit sie quasi als Gegenmacht zur USA auftreten kann“.[738]

„Man denke nur an die aufstrebenden Volkswirtschaften von China, Indien und anderen, die uns sicher in den nächsten Jahrzehnten überholen werden“.[739]

„Ich glaube, wenn es kein derartiges Bündnis gibt in Europa, dann – sagen wir es mal ganz aggressiv – sind wir den USA und Asien praktisch ausgeliefert. Die EU ist die Gegenkraft dafür“.[740]

„Das ist ein verbindendes Gemeinschaftsgefühl. Da fühlt man sich den Ländern wie USA und China ebenbürtig“.[741]

„Wir sind gezwungen, uns europaweit zu organisieren, um in der globalisierten Welt bestehen zu können“.[742]

„Die Union steckt noch in den Kinderschuhen, nur ein Träumer würde erwarten, dass so ein komplexes Gefüge über Nacht funktioniert“.[743]

„Die einzelnen Regierungen müssen erst noch lernen, gemeinsam an einem Strang zu ziehen“.[744]

„Weltwirtschaftlich gesehen ist die EU positiv. Für Kleinunternehmer ist es schlecht. Die werden von den Großen aus dem Markt gedrängt“.[745]

„Es kann nicht gut gehen, all die unterschiedlichen Länder in einen Topf zu werfen und zu versuchen, sie gleichzuschalten“.[746]

„Im Gesamten wird alles über einen Kamm geschoren, dadurch besinnen sich die Länder wieder auf ihre Individualität und Nationalität“.[747]

„Für die Zukunft sehe ich da eher schwarz. Ich will, dass Österreich seine Kultur und

[736] Transkript # 23
[737] Transkript # 22
[738] Transkript # 18
[739] Transkript # 6
[740] Transkript # 7
[741] Transkript # 2
[742] Transkript # 20
[743] Transkript # 6
[744] Transkript # 18
[745] Transkript # 14
[746] Transkript # 1
[747] Transkript # 24

Unabhängigkeit behält“.[748]
„Mehr Souveränität und mehr Eigenständigkeit der Nationalstaaten müssen doch möglich sein“.[749]
„Es wird mehr und mehr Länder geben, die Geld von uns brauchen. Wir sind ja die Nettozahler“.[750]
„Es wird noch einiges auf uns zu kommen und wir werden den Gürtel enger schnallen müssen“.[751]
„Wir werden sicher noch die eine oder andere Krise durch tauchen müssen, aber wo ein Wille ist, da gibt es auch einen Weg“.[752]
„Wenn der Euro zusammenbricht, dann schaut es schlecht aus. Dann ist die EU wirklich aus“.[753]
„Ich denke, der Euro hat eher keine Zukunft. Ich vermute, dass in ein paar Jahren die EU weg ist und wir eine Geldentwertung haben“.[754]
„Ich glaube, dass die Euro-Zone zerfällt. Ich weiß nicht wie es weitergehen könnte“.[755]
„Es wird zwar immer wieder angedacht, was kommt, wenn wieder nationale Währungen eingeführt werden, wenn aber weitergedacht wird, was da die Konsequenzen draus sind, dann erkennt man, dass es viel teurer ist auf nationale Währung zurückzukommen“.[756]
„Uns ältere Leute betrifft das dann nicht mehr so stark“.[757]
„Auf die jüngere Generation wird da noch einiges zukommen“.[758]
„Ich mache mir da keine Gedanken darüber“.[759]

4.11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Dem Euro selbst wird an dieser Stelle ein eigenes Unterkapitel zugedacht, worin unter anderem untersucht wird, wie sehr sich Konsumenten an die Handhabung der – nun nicht mehr ganz so neuen – Münzen und Scheine gewöhnt haben und inwieweit heutzutage noch in die alte Währung umgerechnet wird. Zuerst wurden die interviewten Personen um ein kurzes Statement bezüglich ihrer allgemeinen Erfahrungen hinsichtlich des Euro gebeten, wobei keine Anhaltspunkte vorgegeben wurden. Die Intention war zu erfahren, welche Probleme gegebenenfalls angesprochen werden.

[748] Transkript # 5
[749] Transkript # 12
[750] Transkript # 17
[751] Transkript # 8
[752] Transkript # 19
[753] Transkript # 28
[754] Transkript # 27
[755] Transkript # 11
[756] Transkript # 15
[757] Transkript # 29
[758] Transkript # 30
[759] Transkript # 3

Frage: „Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?“

Erfahrungen / Meinungen	Nennungen	Transkript #
Insgesamt eher positiv	9	5, 6, 10, 14, 15, 16, 20, 22, 24
Insgesamt eher negativ	9	1, 4, 11, 17, 21, 23, 27, 29, 30
Erleichtert teilweise Transaktionen ins / im Ausland	7	8, 9, 10, 15, 20, 22, 29
Wahrgenommene Inflation / Verteuerung	17	3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 17, 18, 23, 25, 26, 27, 29, 30
Teilweise noch Umrechnung auf den Schilling	6	9, 19, 21, 25, 28, 30
Langwierige Umstellung	2	13, 21
Keine Vergleichsmöglichkeit zum Schilling	3	1, 2, 3

Tab. 79: Erfahrungen und Meinungen bezüglich des Euro

Quelle: Eigenerhebung

Bei je neun Personen konnte man deutlich positive, bzw. negative Tendenzen heraushören. Die meisten der positiven und negativen Aspekte aus Tabelle 79 wurden bereits im Rahmen der vorhergehenden Befragung genannt, so zum Beispiel die Erleichterung von Transaktionen im und ins Ausland oder die wahrgenommene Verteuerung. Neu ist, dass einige Personen meinten, bei der Umstellung auf Probleme gestoßen zu sein sowie nach wie vor in die alte Währung zurückrechnen. In weiterer Folge wollen wir uns ansehen, wie gut Konsumenten mittlerweile mit der Handhabung des Euro zurecht kommen und inwieweit bei Anschaffungen noch in Schilling umgerechnet wird.

Frage: „Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?“

Probleme	Nennungen	Transkript #
Teilweise Schwierigkeiten mit der Unterscheidbarkeit der Münzen	10	1, 4, 5, 6, 12, 15, 16, 17, 21, 25
Nein, keine Probleme	20	2, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30

Tab. 80: Probleme bei der Handhabung von Münzen und Banknoten

Quelle: Eigenerhebung

Niemand dürfte hierbei gröbere Probleme haben, vor allem was die Banknoten betrifft. Lediglich die Unterscheidbarkeit der verschiedenen Münzen sorgt bei einem Drittel

teilweise für Frust, ganz besonders was das Kupfergeld betrifft. Und überhaupt würden sich oftmals zu viele Münzen in der Brieftasche anhäufen. Abhilfe verschaffen sich 10% mit einem Behälter, in dem das Kleingeld gesammelt und zu späterem Zeitpunkt zur Bank getragen wird.[760] Eine ältere Dame besitzt eine Geldbörse mit getrennten Fächern für die Münzen.[761] Zwei Personen wünschen sich sogar die Abschaffung der 1 und 2 Cent Münzen zur leichteren Handhabung des Euro, während eine andere für die Einführung eines 1 Euro Scheines plädiert.[762]

Frage: „Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?“

Umrechnung in Schilling	Nennungen	Transkript #
Fast immer / meistens	2	21, 30
Gelegentlich / ab und zu	2	24, 26
Fast immer bei größeren / ungewöhnlicheren Anschaffungen, ansonsten nicht	6	12, 19, 25, 27, 28, 29
Selten / manchmal bei größeren / ungewöhnlicheren Anschaffen (zu Kontrollzwecken), ansonsten nicht	11	7, 9, 10, 13, 14, 15, 17, 18, 20, 22, 23
Nein, überhaupt nicht	9	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 11, 16

Tab. 81: Umrechnung in die alte Währung

Quelle: Eigenerhebung

Wie Tabelle 81 zeigt, haben sich einige Verbraucher noch nicht vollends auf die „neue Währung“ eingestellt, speziell wenn man die über 50jährigen betrachtet. In Summe sind es mehr als zwei Drittel aller Befragungspersonen, die sich das Umrechnen noch nicht endgültig abgewöhnen konnten. Vier davon pflegen dies bei Beschaffungen unterschiedlichster Art zu tun, weitere 17 nur bei größeren, teureren und ungewöhnlicheren Anschaffungen. Wie häufig umgerechnet wird, ist von Person zu Person verschieden, aber allgemein gilt: je teurer und seltener eine jeweilige Anschaffung ist, desto eher wird bei den über 35jährigen in Schilling umgerechnet, wobei die 35-50jährigen dies seltener und eher zu Kontrollzwecken tun. Darüber hinaus ist jene Praxis weit gängiger. Im Gegensatz dazu kommt das bei den unter 30jährigen so gut wie kaum vor, denn hier hat man weitestgehend den Bezug zum Schilling längst verloren, bzw. war zu seinerzeit noch zu jung, um sich eingehender mit der alten Währung befasst zu haben.

Die Untersuchung hat ergeben, dass Konsumenten teils empfindliche Preissteigerungen in den letzten Jahren wahrgenommen haben. Allerdings ist man sich uneins, ob jene wahrgenommene Inflation in erster Linie am Euro liege, oder ob dies

[760] Vgl. Transkript # 7, 12 und 16
[761] Vgl. Transkript # 30
[762] Vgl. Transkript # 7, 15 und 24

vorwiegend andere Gründe habe. Auf der einen Seite meinen die Verbraucher, dies hänge vorrangig mit der allgemeinen Inflation und der Wirtschaftslage zusammen, auf der andere Seite ist ihnen aufgefallen, dass in vielen Bereichen, wie zB der Gastronomie, die Währungsumstellung zur „Aufrundung" der Preise genutzt wurde. Vielfach traue man sich aber erst gar nicht Behauptungen aufzustellen, welche Faktoren hauptverursachend für die allgemeine Verteuerung gewesen sein könnten. Der Euro sei zumindest mitverantwortlich, vermutet eine Mehrzahl an Personen mit tendenziell weniger Bildung. Angemerkt wurde zudem, dass durch den niedrigeren nominalen Wert des Euro mehr Geld ausgegeben werde.[763]

In welchen Bereichen auffällige Preisänderungen von den Verbrauchern beobachtet wurden, veranschaulichen Tabelle 82 und 83.

Frage: „In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?"

Bereiche mit Preissteigerungen	Nennungen	Transkript #
Lebensmittel / Grundnahrungsmittel	20	3, 5, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30
Miete / Wohnen	9	4, 5, 7, 8, 11, 12, 18, 22, 25
Gastronomie	8	6, 10, 17, 20, 21, 24, 26, 28
Energie (Strom, Gas, Wasser,…)	6	7, 8, 11, 15, 21, 22
Erdölprodukte (Benzin, Diesel,…)	5	2, 6, 11, 19, 21
Bekleidung	4	1, 8, 16, 25
Tourismus / Reisen	2	6, 13
Diverse Dienstleistungen (Reparaturen,…)	2	16, 27
Benutzung ÖPNV	1	6
Technische Geräte	1	27
Haushaltsartikel	1	16
Kinobesuche / Theaterbesuche	1	4
Getränke aus Getränkeautomaten	1	6
Tabakwaren	1	1

Tab. 82: Bereiche mit wahrgenommenen Preissteigerungen

Quelle: Eigenerhebung

Unangefochten führen im negativen Sinne die Lebensmittel. In den Bereichen Wohnen und Gastronomie ortet man ebenfalls Preissteigerungen, ähnlich verhält es sich mit diversen Energie- und Treibstoffkosten. Textilien und Bekleidung sind in den Augen

[763] Vgl. zB Transkript # 5, 27 oder 30

von vier Personen teurer geworden, dem gegenüber stehen sechs Personen, die hier einen Preisverfall bedingt durch Massenproduktion in Billiglohnländern sehen.

Frage: „Gibt es etwas, das billiger geworden ist?“

Bereiche mit Preissenkungen	Nennungen	Transkript #
Elektronische / technische Produkte	18	6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 26, 28, 30
Bekleidung / Textilien	6	12, 18, 20, 22, 23, 26
Telefonie / Internet	3	14, 15, 20
Manche Lebensmittel (zB Schlagobers,…)	3	10, 19, 21
Werkzeuge	2	17, 26
Tourismus / Reisen	1	7
Nichts	9	1, 2, 3, 4, 5, 11, 25, 27, 29

Tab. 83: Bereiche mit wahrgenommenen Preissenkungen

Quelle: Eigenerhebung

Etwaige Preisreduktionen rechnet man generell nicht dem Euro zu, sondern es wird eher als Konsequenz des globalen Wettbewerbs gesehen. Mit Abstand am häufigsten wurden in diesem Kontext elektronische, respektive technische Erzeugnisse genannt. Rund einem Drittel – darunter alle unter 26jährigen – sind keine nennenswerten Preissenkungen aufgefallen.

4.12 Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Im letzten Fragenkomplex wurden die Teilnehmer zu ihren Einstellungen zu den Themen Nachhaltigkeit im Konsum, immaterieller Konsum, Suffizienz und Umweltschutz befragt.

Frage: „Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?“

Die einleitende Frage zu diesem Themenblock versucht gleich vorweg zu klären, welche Möglichkeiten Verbraucher so insgesamt sehen, einen persönlichen Beitrag zum Umweltschutz und zur Ressourcenschonung zu leisten. Es ging hierbei lediglich darum zu erheben, was den Konsumenten ganz spontan zu dieser Frage einfällt und welche Aktionen und wünschenswerte Verhaltensmuster sie im Zusammenhang mit dem Begriff Umweltschutz assoziieren. Tabelle 84 fasst die Ideen der Teilnehmer zusammen.

Beitrag zum Umweltschutz	Nennungen	Transkript #
Müll sammeln / trennen / recyceln	24	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30
Sparsam / bewusst / nachhaltig konsumieren / leben	24	2, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30
Auf besonders umweltschädigende Produkte/Stoffe verzichten	9	2, 4, 5, 9, 10, 15, 16, 27, 28
Weniger das Auto verwenden / vermehrt öffentliche Verkehrsmittel nutzen / Wegstrecken zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurücklegen	15	1, 2, 5, 6, 11, 13, 14, 17, 18, 19, 21, 24, 27, 28, 29
Sparsam und bewusst mit Energie umgehen (Strom, Gas, etc.)	17	1, 2, 3, 5, 7, 8, 12, 14, 18, 19, 20, 21, 23, 25, 26, 27, 29
Energieeffiziente Produkte kaufen	5	3, 8, 11, 15, 28
Produkte reparieren, statt sie gleich wegzuwerfen oder zu ersetzen	4	6, 7, 15, 16

Tab. 84: Mögliche persönliche Beiträge der Konsumenten zum Umweltschutz

Quelle: Eigenerhebung

Zum Teil lässt sich eine gewisse Resignation der Interviewteilnehmer heraushören. Unter anderem wird nämlich angemerkt, dass es fast schon egal ist, was ein Einzelner tut oder nicht tut, da sich die zunehmende Umweltbeeinträchtigung ohnehin nicht aufhalten lässt.[764] So insgesamt ist mitunter auch eine verhaltene Ratlosigkeit unter den Verbrauchern spürbar, was die voranschreitende negative Beeinflussung unseres Ökosystems betrifft.

Immerhin 80% brachten das sachgerechte Sammeln, Sortieren, Trennen und Recyceln von Hausmüll zur Sprache. Ebenfalls 80% meinen, man kann oder sollte sparsamer, bewusster, nachhaltiger konsumieren, bzw. leben, wobei diese Kategorie sehr breit gefächert ist. Beispielsweise nannte man des Öfteren den Verzicht auf Güter, die weite Transportstrecken zurücklegten, sofern es regionale Alternativen gibt. Auch das Einschränken von Fernreisen und das Ablehnen von unverhältnismäßig verpackten Gütern wurden beispielsweise in diesem Zusammenhang genannt.

Etwa ein Drittel ist der Ansicht, man könnte auf besonders umweltschädigende Produkte und Stoffe verzichten. In jenem Kontext wurden Waschmittel, Spülmittel, Reinigungsmittel und Schädlingsbekämpfungsmittel auf den Äckern erwähnt.

Exakt die Hälfte aller befragten Personen meint, man könne – je nach Möglichkeit – die Nutzung von motorisierten Individualverkehrsmitteln reduzieren oder vermeiden und tendenziell eher öffentliche Verkehrsmittel in Anspruch nehmen, bzw. im Idealfall sogar Wegstrecken zu Fuß oder mittels Fahrrad und ähnlichem zurücklegen.

[764] Vgl. zB Transkript # 2, 4 und 17

Der sparsame und bewusste Umgang mit Energien kam 17 Personen in den Sinn. Insbesondere beim Heizen und bei der Beleuchtung sieht man in dieser Hinsicht signifikantes Einsparungspotential.
Bei all diesen Nennungen lässt sich kein eindeutiges Muster nach soziodemographischen Merkmalen erkennen. Es sind aber vorwiegend jüngere Personen, die der Auffassung sind, man könnte beim Produktkauf verstärkt ökologische Aspekte berücksichtigen, sowie Produkte reparieren (lassen), bevor sie leichtfertig ersetzt oder weggeworfen werden.

Die meisten Aussagen waren sehr allgemein und oberflächlich gehalten, dennoch fanden sich darunter auch ein paar konkretere Vorschläge, von denen die aussagekräftigsten beispielhaft angeführt werden:
„Abgelaufene Arzneimittel in der Apotheke zurückgeben und nicht in den Hausmüll werfen“.[765]
„Wobei ich zugeben muss, dass ich vom Sammeln organischer Stoffe – sprich Kompost – nicht viel halte. Erstens, weil da nicht viel Wert drinnen steckt, im Gegensatz zu Glas und Metall und zweitens ist es auch unappetitlich, finde ich“.[766]
„Dass man auf Alu-Dosen verzichtet, wenn man auch PET-Flaschen verwenden kann“. [767]
„Tetra-Packungen sammeln, anstatt sie in den Müll zu werfen. Man kann zB Sirup kaufen und dann mit Leitungswasser verdünnen, statt Einwegflaschen und Dosen zu kaufen“.[768]
„Ich fülle meine Plastikflaschen immer wieder mit Leitungswasser ab“.[769]
„Die Lampen ausschalten, wenn ich gerade nicht im Zimmer bin, oder nicht übertrieben lange Duschen“.[770]
„Teilweise kann man sagen, dass die Leute viel zu hoch heizen und dann nackt herumlaufen im Winter“.[771]
„Keine Fernreisen machen. Lieber im Inland Urlaub machen“.[772]
„Man sollte sich politische und wirtschaftliche Kenntnisse aneignen, damit man überhaupt in der Lage ist für sich selbst zu entscheiden: ‚das mache ich und das mache ich besser nicht, oder das mache ich besser anders‘“.[773]
„Ich weiß nicht, was man sonst noch machen kann. Wir leben sowieso sparsam und brauchen nicht viel“.[774]

[765] Transkript # 1
[766] Transkript # 15
[767] Transkript # 2
[768] Transkript # 6
[769] Transkript # 9
[770] Transkript # 3
[771] Transkript # 7
[772] Transkript # 4
[773] Transkript # 22
[774] Transkript # 30

Aufbauend darauf stellt sich noch die Frage, inwieweit Konsumenten im Alltag bereit sind, ökologisch motivierte Suffizienz-Strategien anzuwenden.

Frage: „Sind sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?“

Ein Fünftel ist nicht zwangsläufig dazu bereit, in diesem Sinne Einschränkungen in Kauf zu nehmen.[775] Die Schlechterverdiener begründen dies damit, dass ohnehin ein sparsamer Lebensstil gepflogen wird und man kaum Möglichkeiten sieht, sich noch weiter aus ökologischen Gründen einzuschränken.[776] Unter den Besserverdienern argumentiert man eher mit dem gesellschaftlichen Druck und dem Umstand, dass es auf eine Einzelperson nicht ankommt.[777] Obendrein fühle man sich recht „machtlos“ und schiebt die Verantwortung Richtung Produzentenseite.[778]
Die restlichen vier Fünftel sind nach eigenen Angaben grundsätzlich bereit, zugunsten von Klima und Müllmenge ihre Konsumgewohnheiten anzupassen. Teils aber nur unter gewissen Voraussetzungen. Für einige Verbraucher ist dies durchaus eine Option, man möchte aber das Gefühl haben, damit insgesamt im Kollektiv auch einen wertvollen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten.[779] Dieser Ansicht sind in erster Linie jüngere Konsumenten.
Auf die Frage, „worauf man denn so verzichten würde“, wurden als häufigstes Beispiel Produkte, die weite Transportwege zurücklegen, genannt.[780] Typischerweise regional vermarktetes Obst und Gemüse. Jenes Beispiel wiederum kam hauptsächlich von Seiten älterer Verbraucher. Weiters ist man in mehreren Fällen dazu bereit, beim Einkaufen auf selbstdefinierte Umweltverträglichkeitskriterien zu achten. So verzichtet man – um plakativ ein paar Beispiele anzuführen – auf Metalldosen, umweltschädigende Hygieneprodukte, giftige Stoffe bei Reinigungsmitteln, Atomstrom und Produkte mit unnötigen Umverpackungen. Auch der Verzicht auf eine Neuanschaffung von technischen Geräten oder die Wahl eines Fahrzeuges mit spritsparender Antriebstechnologie wurden von drei jungen Herren aus der Großstadt erwähnt.[781] Jene Präferenzen sind zu einem nicht unerheblichen Anteil stark ökonomisch motiviert.

Die Frage war bewusst sehr offen und allgemein gehalten. Daran anknüpfend wurden noch zwei konkretere Vorschläge gemacht.

[775] Vgl. Transkript # 1, 5, 21, 23, 26, 27
[776] Vgl. zB Transkript # 1, 5, 23, 27 aber auch 17
[777] Vgl. zB Transkript # 26
[778] Vgl. zB Transkript # 21
[779] Vgl. zB Transkript # 3, 6, 11, 13, 15 und 25
[780] Vgl. Transkript # 6, 11, 14, 18, 19, 28, 29 und 30
[781] Vgl. Transkript # 4, 7 und 8

Frage: „Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?“

Sehen wir uns zunächst die Fernreisen im Detail an. In den allerwenigsten Fällen wurde eindeutig mit Ja oder Nein geantwortet. Auffällige Gemeinsamkeiten aufgrund von Haushaltsgröße, Bildung oder Geschlecht sind nicht ersichtlich. Das Alter hingegen spielt definitiv eine Rolle.
Die unter 40jährigen möchten fast ausnahmslos nicht auf die sogenannten Fernreisen verzichten, tun es aber nach eigenen Angaben aus Geld- oder Zeitmangel dennoch weitestgehend. Zusätzlich wird unter anderem die Frage in den Raum gestellt, weshalb man gerade selbst darauf verzichten solle, wenn sich „die Anderen“ da auch nicht zurücknehmen.[782]
Bei den 40-60jährigen verhält es sich weitaus differenzierter. Knapp zwei Drittel in dieser Altersgruppe könnten oder würden auf Fernreisen verzichten, die Gründe hierfür sind allerdings vielfältig. Ökologische, familiäre und ökonomische Überlegungen halten sich einigermaßen die Waage. Die verbleibenden Personen dieser Altersklasse leisten sich regelmäßig oder zumindest ab und zu eine Fernreise. Abgesehen von einer Person verzichten die über 60jährigen vollständig auf Flugreisen, bedingt durch Alter, Bequemlichkeit oder Flugangst.

Auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch kann scheinbar nahezu jeder verzichten. Offen bleibt, wie sehr die soziale Wünschbarkeit in die Antworten mit eingeflossen ist. Wer gibt schließlich schon gerne zu, sich vorzugsweise für treibstoffintensive Kraftfahrzeuge zu entscheiden, sofern es bekanntermaßen Alternativen mit weit geringerem Verbrauch gibt. Weit aufschlussreicher ist es, die Motive für diesen Verzicht zu erfragen. Spritsparende Antriebstechnologien haben unbestritten nicht zu verachtende ökonomische Vorteile, was auch immer wieder zur Sprache kam. Man war hier so ehrlich zuzugeben, dass neben der Abgasreduktion eher der Kostenfaktor im Vordergrund steht.
Die meisten Personen, die keinen eigenen Pkw besitzen, meinten sowieso generell auf ein Fahrzeug verzichten zu können. Falls man sich doch mal ein Auto zulegt, so sei der Treibstoffverbrauch freilich ein Kaufkriterium.

Frage: „Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?“

Wie in Kapitel 4.10 auf Abbildung 14 dargestellt wurde, steht 30% der Haushalte kein Pkw für die Einkäufe zur Verfügung. Tabelle 85 zeigt nun, dass 40% der befragten Personen über keinen eigenen Pkw verfügen. Diese in Zahlen ausgedrückte Unstimmigkeit kommt deswegen zustande, da drei der unter 30jährigen noch im Elternhaus wohnen, wo zwar ein Pkw im Haushalt vorhanden wäre, aber eben kein

[782] Vgl. zB Transkript # 2 und 5

eigener besessen wird.

Pkw verzichtbar?	Nennungen	Transkript #
Ja (Kein eigener Pkw vorhanden)	12	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 13, 27, 29
Wäre verzichtbar (Pkw vorhanden)	5	6, 14, 15, 16, 22
Unverzichtbar (Pkw vorhanden)	13	11, 12, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 28, 30

Tab. 85: Entbehrlichkeit eines eigenen Pkws

Quelle: Eigenerhebung

In Summe besitzen etwas mehr als drei Viertel der unter 40jährigen, sowie exakt 90% der unter 35jährigen kein eigenes Auto, womit sie zusammen mit zwei älteren Personen in jene Gruppe fallen, die ihrer jeweiligen Lebenssituation entsprechend tatsächlich auf ein Auto verzichten (müssen oder wollen). In erster Linie wurden finanzielle, aber auch praktische Gründe, wie zB ein fehlender Führerschein, genannt. Insbesondere jüngere Menschen aus der Stadt sehen in einem Pkw mangels Notwendigkeit keine sinnvolle Investition.
Ein Sechstel aller Interviewten könnte sich trotz vorhandenem Pkw vorstellen, diesen zu entbehren. Das entspricht etwa 28% der Autobesitzer. Wegen der Bequemlichkeit oder der Gewohnheit wird das Fahrzeug dennoch in Anspruch genommen.
Aus ähnlichen Gründen wird der Pkw von nahezu allen über 45jährigen Autobesitzern als unverzichtbar angesehen. Der Wegfall des Privatfahrzeuges würde für viele eine erhebliche Einschränkung ihrer Mobilität bedeuten. In Kapitel 4.10 ist bereits hervorgegangen, dass gerade Menschen vom Land oder teilweise auch aus Kleinstädten bereits bei der alltäglichen Versorgung darauf angewiesen sind.

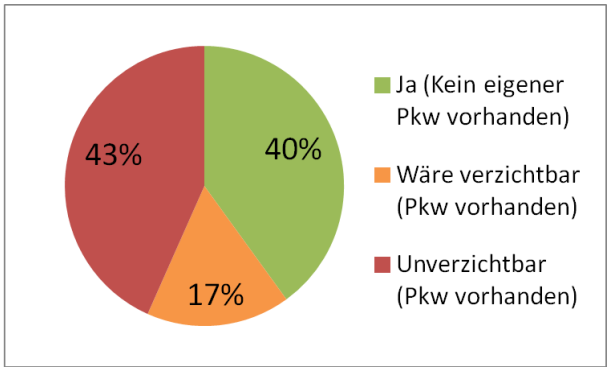

Abb. 15: Entbehrlichkeit eines eigenen Pkws

Quelle: Eigendarstellung

Die vorletzte Frage, die im Rahmen des Leitfadeninterviews gestellt wurde, befasst sich mit den Freizeitaktivitäten der befragten Personen. Es ging weniger darum, die

Leute schlicht nach ihren Hobbys zu fragen, sondern vielmehr galt es herauszufinden, welches Verständnis von immateriellem Konsum bei der Freizeitgestaltung vorhanden ist.

Frage: „Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?“

Immaterieller Konsum (Tätigkeiten)	Nennungen	Transkript #
Spazieren / Wandern	14	1, 5, 6, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 18, 23, 26, 27, 29
Laufen /Joggen / Walking	10	3, 4, 6, 8, 11, 12, 14, 19, 20, 24
Rad fahren / Mountainbiken / Skaten	19	1, 2, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 27, 28
Schwimmen	6	1, 5, 13, 18, 19, 22
Ballsportarten	2	7, 26
Gymnastik / Yoga (zu Hause)	3	9, 12, 22
Fitnesscenter / Gymnastikstunden	2	5, 20
Musizieren	1	3
Zeichnen / Malen	1	4
Basteln / Handwerken / Handarbeiten	7	10, 15, 17, 21, 25, 27, 29
Gartenarbeit	5	16, 17, 26, 27, 30
Bücher / Zeitschriften lesen	11	2, 4, 6, 7, 9, 12, 13, 14, 19, 22, 25
Soziale Kontakte / Gesellschaftsspiele	2	6, 10
Computerspiele / Videospiele	3	2, 6, 21

Tab. 86: Immaterielle Freizeitgestaltung der Interviewteilnehmer

Quelle: Eigenerhebung

Selbstverständlich müssen die einzelnen Aktivitäten genauer auf ihre Immaterialität hin überprüft werden.
Rund zwei Drittel greifen zu Freizeitgestaltungszwecken gerne zum Fahrrad (oder in einem Fall auch zu Inline-Skates). Diese Tätigkeit erfreut sich von jung bis alt großer Beliebtheit, was zumindest bei den Interviews so kommuniziert wurde. Gerade bei den beiden Begrifflichkeiten „Hobbys“ und „Umweltschonung“ drängt sich einem das Fahrradfahren förmlich auf, so hatte es den Anschein.
Ebenfalls recht häufig genannt wurden Spazieren gehen, Wandern und Bücher lesen. Letztere Aktivität wird vorrangig von jüngeren Personen mit der gestellten Frage assoziiert. Ältere Personen nannten dafür eher Basteln, Handwerken, Handarbeiten oder Gartenarbeit als ihr immaterielles Hobby.
Im Zuge der letzten Frage des Leitfadeninterviews wurden die Probanden dazu

aufgefordert, ihre Einschätzungen und Beobachtungen hinsichtlich der sachgemäßen Mülltrennung in ihrem sozialen Umfeld mitzuteilen.

Frage: „Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen, oder kommt es hier häufiger zu Problemen?"

Wenn man die einzelnen Aussagen miteinander abgleicht bekommt man den Eindruck, dass so insgesamt die Sammlung und Trennung von Hausmüll ganz gut funktioniert, es aber doch immer wieder zu Fehlverhalten kommt. Teilweise konnten hier von den interviewten Personen negative Beobachtungen gemacht werden. Nebenbei bemerkt: Nur eine einzige Person hat eingeräumt, selbst nicht immer gewissenhaft bei der Mülltrennung vorzugehen.[783] Ansonsten schiebt man das Fehlverhalten erwartungsgemäß auf „die Anderen".[784] Die negativen Erfahrungen der Interviewteilnehmer und die Problematik in diesem Kontext lassen sich am besten durch einige repräsentative Zitate schildern.

„Papier und Glas wird schon ernst genommen. In Bio- und Altmetallcontainern wird leider auch Restmüll entsorgt".[785]

„Essensreste werden von den allerwenigsten Leuten in die Biotonne geworfen und landen im Restmüll, einfach aus Bequemlichkeit."[786]

„Bei uns gibt es Container für Restmüll und Papier, aber nicht mal eine Biotonne."[787]

„Bei Bioabfall wäre es schon recht praktisch, wenn es überhaupt eine Biotonne bei uns geben würde".[788]

„Die Müllcontainer gehen manchmal schon über, weil der Müll viel zu selten abgeholt wird, und das was am Boden landet, wird von den Müllmännern nicht mitgenommen und das finde ich eine Frechheit!".[789]

„Es ist ärgerlich, dass immer wieder Sperrmüll auf der Straße herumliegt."[790]„Die Leute sind vielfach zu bequem, um zur Mülldeponie zu gehen und werfen viel in den Restmüll hinein".[791]

„Die Ökobox wird nur von sehr wenigen Leuten verwendet."[792]

„Ich sehe nicht viele Ökoboxen, außer die meine und noch eine zweite."[793]

„Das Problem ist, glaube ich, dass in den Wohnungen zu wenig Platz für die Sortierung ist".[794]

---

783 Vgl. Transkript # 3

784 Anmerkung: „Konsumenten hegen oft Misstrauen gegenüber anderen, dass diese sich nicht umweltbewusst oder nachhaltig verhalten". Balderjahn/Scholderer (2007), S. 156

785 Transkript # 19

786 Transkript # 6

787 Transkript # 1

788 Transkript # 8

789 Transkript # 5

790 Transkript # 10

791 Transkript # 4

792 Transkript # 6

793 Transkript # 7

794 Transkript # 18

„Ich schaue immer wieder in die Müllcontainer hinein, was man da manchmal drinnen findet ist ein Horror! Im Restmüll sieht man auch immer wieder Sachen, die eigentlich getrennt sortiert werden sollten“.[795]
„Erst vorgestern waren wieder Plastiksackerl im Papiercontainer“.[796]
„Den Leuten mangelt es an Disziplin und sie sind oft zu bequem oder zu blöd“.[797]

Am Land dürfte den Aussagen der Befragten nach zu urteilen die Disziplin etwas höher sein.
„Die trauen sich gar nicht, denn die Müllabfuhr kann nachschauen und Stichproben machen“.[798]
„Es würde jedem gleich auffallen, wenn da nicht ordentlich getrennt wird“.[799]
Der Grund, weshalb es dort insgesamt besser funktionieren dürfte ist jener, dass all jene, die nicht-konformes Verhalten an den Tag legen (die so genannten „schwarzen Schafe“), Sanktionen vom sozialen Umfeld und der Verwaltung zu befürchten haben. Ein ähnliches Phänomen wurde gleichfalls von einer Studentin aus einem Studentenwohnheim beschrieben: „Sonst kriegen die von unserer Putzfrau eine auf den Deckel, oder von der Hausverwaltung.“[800]
Soweit man dies aus den Erfahrungsberichten herauslesen kann, dürfte sich folgende These bestätigen: „Je anonymer man in seinem Umfeld Entscheidungen treffen kann, desto weniger sieht man sich dazu gedrängt, nach sozial wünschenswerten Verhaltensmustern zu agieren.“

Ein sehr wichtiger Punkt wurde ebenfalls noch angesprochen:
„Man kann den Leuten teilweise gar nicht die Schuld dafür geben, weil sie es gar nicht besser wissen. Eine gezielte Infokampagne könnte zu einer deutlichen Verbesserung führen“.[801]
„Es fehlt an Information, was in welche Tonne gehört und auch was nicht hineingehört. Da gehört eine bessere Aufklärung her“.[802]

Offen bleibt natürlich die entscheidende Frage, mit welchen konkreten Maßnahmen die Gesamtbevölkerung zur gewissenhafteren Vorgehensweise bei der Abfallsammlung (und in weiterer Folge auch der mindestens genauso wichtigen Abfallverringerung und –vermeidung) wirksam animiert werden könnte.

[795] Transkript # 20
[796] Transkript # 11
[797] Transkript # 26
[798] Transkript # 27
[799] Transkript # 30
[800] Transkript # 9
[801] Transkript # 22
[802] Transkript # 14

5. ANALYSE, VERGLEICHE UND INTERPRETATION DER ERGEBNISSE

Der letzte Abschnitt dieser Arbeit ist dazu angedacht, die in Kapitel 4 ausgewerteten Studienergebnisse stichhaltig zusammenzufassen, zu analysieren, zu interpretieren, sowie zu diesem Zwecke mit Daten ähnlicher Studien zu vergleichen. Aufbauend darauf werden Schlussfolgerungen gezogen und je nach Möglichkeit ein Ausblick auf künftige Entwicklungen und Handlungsempfehlungen abgegeben. Zur einfacheren Darstellung der Ergebnisse, wird in weiterer Folge die Annahme getroffen, die erhobenen Daten spiegeln die Aussagen und Sichtweisen der Grundgesamtheit wieder.

5.1 Einkäufe des täglichen Bedarfs

Die Analyse der Einkäufe des täglichen Bedarfs gliedert sich in drei Unterkapitel. Dargestellt werden unter anderem das emotionale Empfinden der Konsumenten und die wahrgenommenen Hürden bei den Beschaffungsvorgängen.
Zweiter Unterpunkt subsumiert die Verbrauchereinstellungen seitens des Warenangebots, der Produktauswahlmöglichkeiten und der Übersichtlichkeit der Regalgestaltung.
Im letzten Unterpunkt geht es um Verbraucherwahrnehmungen von Warenkennzeichnungen und Gütezeichen.

5.1.1 Allgemeine Probleme, Hürden und Empfindungen

„Einkaufsgewohnheiten sind verfestigte Verhaltensmuster, auch routinemäßiges Verhalten oder habituelles Verhalten genannt“.[803]
Laut einer Repräsentativstudie der AK Wien empfanden 45% der österreichischen Konsumenten 1995 die routinemäßigen Beschaffung von Gütern des täglichen Bedarfs als angenehm, 19% als unangenehm und der Rest lag zwischen diesen Ausprägungen.[804] Zehn Jahre später stellte die als Längsschnittstudie angelegte Erhebung keine maßgeblichen Veränderungen fest.[805] Da auch die vorliegende Pilotuntersuchung zu einem sehr ähnlichen Resultat kam, dürfte das Empfinden bei Alltagseinkäufen seit 1995 relativ konstant geblieben sein. Den alltäglichen Beschaffungsvorgängen vorwiegend positiv gegenüber eingestellt sind ein Drittel der Verbraucher – primär ältere, weibliche und routinierte Einkäufer, die sich bei den Besorgungen tendenziell etwas mehr Zeit nehmen als der Durchschnitt. „Das Einkaufen wird unter allen Arbeiten einer Hausfrau als die angenehmste empfunden“.[806] Zu den positiven Aspekten zählen insbesondere das „sich unters Volk mischen“ und alte Bekannte antreffen (dies ist wiederum eher bei älteren Personen der

[803] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 439
[804] Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 21
[805] Anmerkung: „Längsschnittstudien zu Einstellungen bedeutet die Verwaltung von regelmäßig stattfindenden Einstellungsumfragen“. Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 175
[806] Trommsdorff (2004), S. 76

Fall), die umfangreiche Produktauswahl und der Reiz, etwas Neues zu entdecken und auszuprobieren (was wiederum eher für jüngere Personen interessant ist). Dabei empfinden es Konsumenten als angenehm, wenn sich die Abläufe reibungslos gestalten, sprich: wenn man sich in Ruhe umsehen kann, ohne sich der Hektik und dem Gedränge ausgesetzt zu fühlen. Ein als unangenehm erlebter psychischer Zustand namens „Crowding", der zu einem Fluchtverhalten führen kann, tritt unter Umständen dann auf, wenn sich das Individuum räumlich eingeengt und in seiner persönlichen Bewegungsfreiheit eingeschränkt fühlt.[807]
Die langen Wartezeiten beim Bezahlungsvorgang sind ein großes Ärgernis für Konsumenten. Man habe hier häufig das Gefühl, in Summe eine Menge an wertvoller Lebenszeit zu verlieren. Gerade der Zeitfaktor ist es, der die Alltagsbesorgungen für viele (jüngere) Konsumenten in ein schlechtes Licht rückt. „Beim Einkauf steht man immer ein bisschen unter Zeitdruck", meint knapp die Hälfte der Österreicher.[808]
Hinzu kommt der Ärger über umständliches Suchen nach speziellen Produkten, bedingt durch Fehlmengen, Unordnung, Unübersichtlichkeit oder häufiges Umräumen der Regale. Wer selbst nicht so häufig einkauft, empfindet aus eben diesem Grund das Einkaufen als vorrangig negativ. Dann gibt es noch den Teil, der den alltäglichen Beschaffungsvorgängen neutral gegenüber eingestellt ist und diese als reine Pflichtaufgabe sieht, die wenig emotional behaftet ist. „Es gehört halt zum Alltag dazu" – auf diesen Umstand haben sich Verbraucher eingestellt. „Konsumenten lernen also durch eigene Gebrauchserfahrungen habitualisiert einzukaufen und das Gewohnheitslernen wird gemäß dem Verstärkungsprinzip durch die positiven Handlungskonsequenzen besonders gefördert. Erfahrungen, Übungen und Zufriedenheit kennzeichnen derart habitualisiert einkaufende Konsumenten".[809]
Generell ist man aus praktischen Gründen eher bestrebt, die Einkaufsfrequenz möglichst niedrig zu halten, worauf auch die starke Neigung zu sogenannten Großeinkäufen hindeutet.
Zu ähnlichen Ergebnissen ist bereits die Voruntersuchung für die Studie „Konsumenten 2004" gekommen, mit einem auffälligen Unterschied: dort waren es noch vermehrt ältere denn jüngere Personen (über 35jährige), die jene Einkäufe als lästig empfanden.[810] Dieses Verhältnis scheint sich seither umgekehrt zu haben. Auch insgesamt war damals der Anteil an negativen Emotionalisierungen etwas höher.

<u>Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:</u>
Eindeutig zeigt sich der Konsumentenwunsch nach effizienter, stressfreier Abwicklung. „Konsumenten, die das Bedürfnis nach kognitiv entlasteten Einkäufen haben, werden sich durch ein geringes Involvement auszuzeichnen, d.h. durch ein reduziertes Engagement beim Einkauf, das mit einem hohen Engagement für andere

[807] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 473
[808] Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 19
[809] Gewohnheiten werden überwiegend als ein Ergebnis von Lernprozessen aufgefasst. Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 441
[810] Vgl. Simperl (2003), S. 13

Lebensbereiche einhergehen kann“.[811] Empirische Studien belegen, dass „der Kauf von Produkten mit höherem Kaufrisiko ein höheres Involvement auslöst“.[812] „Viele Versorgungseinkäufe können dagegen eher mit einer Low-Involvement-Grundhaltung erklärt werden“.[813]

Das Management von Supermarktketten steht hier vor der fordernden Aufgabe, Besucherspitzen über den Wochenverlauf annähernd gleichmäßig zu verteilen, was beispielsweise durch spezielle Angebote an Tagen mit niedrigerer Auslastung erreicht wird. Personen mit vergleichsweise größerem Zeitkontingent weichen diesen Spitzen gezielt aus, was jedoch nicht allen Personengruppen so ohne weiters möglich ist. Eine effektive Spitzenglättung alleine wird noch keine befriedigende Entlastung bringen. Ansetzen sollte man hier viel eher bei den Engpässen, welche sich ganz klar an den Kassen ergeben. Kurzfristig wird dies nur durch einen flexiblen Einsatz von Personal bewältigbar sein. Längerfristig können innovative Bezahlungssysteme für Abhilfe sorgen, so zB die vollautomatische Produkterfassung mittels RFID-Technologie und das Bezahlen an Kassenautomaten.[814] Teilweise ist dies von Konsumenten ausdrücklich erwünscht. Überprüft werden müsste vorher noch die breite Akzeptanz solcher Systeme. An erster Stelle stehen hier wohl eher Kostenüberlegungen seitens der Handelsketten, zumal ganze Logistiksysteme umgestellt werden müssten und man in Österreich bisher prinzipiell über wenige Erfahrungswerte in diesem Bereich verfügt.

5.1.2 Gewährleistung der Grundversorgung in der Wohngegend

Im Zuge der Leitfadeninterviews ließen sich keine gröberen Versorgungsprobleme feststellen, dennoch artikulierte sich in ländlicheren Gebieten ein Bedarf an örtlich ansässigen Bäckereien, Greißlereien oder kleineren Lebensmittelgeschäften. In größeren Ballungsräumen besteht lediglich vereinzelt ein verhaltener Wunsch nach nahegelegenen Einkaufsmöglichkeiten für größere Anschaffungen (Bekleidung, Elektroprodukte, Möbel). Als problematisch zu werten sind die weiten Distanzen der Einkaufsfahrten in Kombination mit dem als mangelhaft erscheinenden Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln am Land, denn dort ist die Grundversorgung ohne verfügbarem Pkw weitestgehend nicht gewährleistet. Unter den Interviewteilnehmern verfügen 70% der Haushalte über einen Pkw, in 54% der Fälle wird dieser zumindest teilweise für Einkaufsfahrten genutzt. Jüngere Menschen verfügen nicht nur zu einem weit geringeren Anteil über ein eigenes Fahrzeug, sie sind im Gegensatz zu älteren Personen auch viel eher der Ansicht zum Zweck der Versorgung nicht darauf angewiesen zu sein. Diese altersbedingten Unterschiede zeigten sich bereits in der

[811] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 440

[812] Vgl. hierzu auch Kapitel 5.2.1 und Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 413

[813] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 413

[814] Zur näheren Auseinandersetzung mit der Thematik „Anwendung von RFID-Systemen in der Logistik“ vgl. Kummer/Einbock/Westerheide (2005); vgl. hierzu auch Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 601

Voruntersuchung „Konsumenten 2004“. Jeweils 43% sahen damals ihren täglichen Bedarf nur mit bzw. ohne Vorhandensein eines Autos gewährleistet, wohingegen größere Anschaffungen bei 63% der Befragten nur mit dem Pkw durchführbar waren.[815] Laut der Verkehrszeitschrift VCÖ wird in Österreich jeder zweite Einkauf mit dem Auto durchgeführt, während jede dritte Person zumindest gelegentlich die Einkäufe mit dem Fahrrad erledigt. Entscheidende Kriterien für die Verkehrsmittelwahl sind die Entfernung zwischen Wohnung und Geschäft, sowie die Bedingungen fürs Radfahren. Bedenkt man, dass jeder zweite Lebensmitteleinkauf weniger als fünf Kilogramm wiegt und 80% der Einkaufsfahren mit dem Auto kürzer als fünf Kilometer sind, wäre Angesichts dieser Tatsachen ein höherer Anteil der Fahrradnutzung für die Besorgungen des täglichen Bedarfs wünschenswert.[816]

Im europäischen Vergleich ist das Ausmaß der Pkw Nutzung für Einkäufe von Nation zu Nation höchst unterschiedlich – Spitzenreiter sind die Irländer mit 87%, wohingegen die Ungarn „nur“ zu 46% ihren Pkw in diesem Sinne nutzen.[817] In der Türkei ist es vergleichsweise sogar nur jeder Zehnte.[818]
Zieht man Deutschland als Beispiel heran, so ist die Entwicklung höchst bedenklich: fuhren 2006 57% mit dem Auto zum Einkaufen, waren es 2008 bereits 63% und 2010 schon 80%.[819]

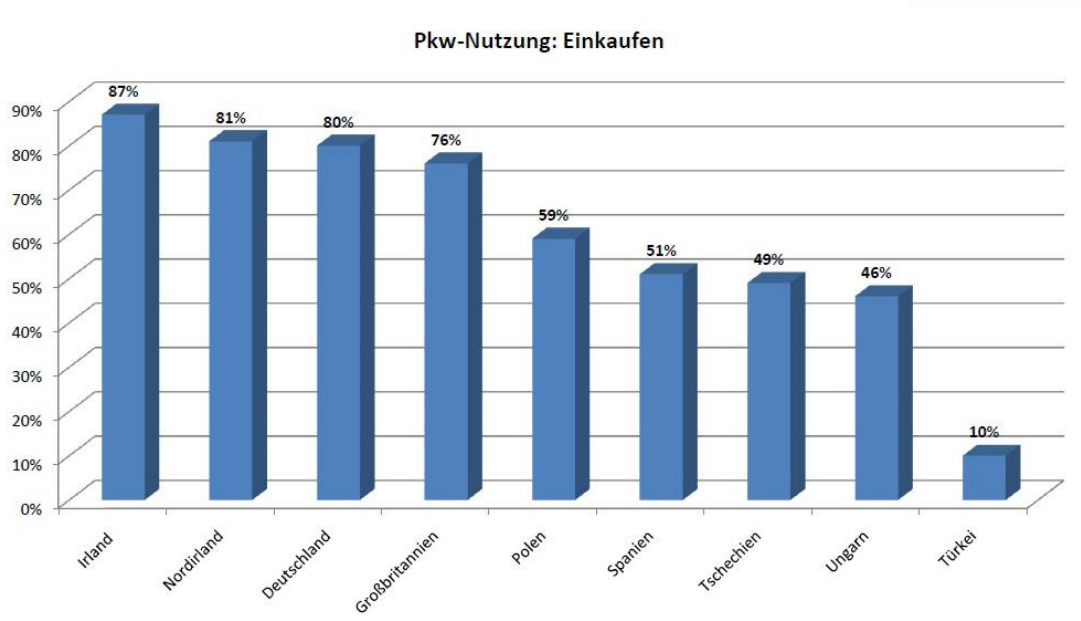

Abb. 16: Pkw-Nutzung für die Einkäufe (Ländervergleich)

Quelle: TGI: Wie umweltbewusst sind europäische Verbraucher wirklich? (2011), S. 4

[815] Vgl. Simperl (2003), S. 26f
[816] Vgl. VCÖ (2011), S. 1
[817] Vgl. TGI (2011), S. 1f
[818] Vgl. Abb. 16
[819] Vgl. TGI (2011), S. 2

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:
Entgegenzusteuern ist diesem anhaltenden Trend insofern, da die Emissionen des Straßenverkehrs unbestreitbar verheerende Wirkungen auf die Gesundheit des Menschen und das ökologische Gleichgewicht nach sich ziehen.[820] Vom Verkehrsträger Straße gehen Lärm und Schadstoffemissionen aus, die in weiterer Folge als Immissionen die Umwelt, Menschen und Sachgegenstände schädigen.[821] Angesichts des voranschreitenden Klimawandels erscheinen EU-weite Maßnahmen zur Verkehrsverlagerung im Sinne einer nachhaltig ausgerichteten Verkehrspolitik dringend erforderlich, weitere Aufklärungskampagnen werden allerdings keine befriedigende Wirkung zeigen, denn wie sich in der Auswertung der Transkripte gezeigt hat, erkennen Verbraucher zwar weitestgehend die Notwendigkeit zur Veränderung von etablierten Gewohnheiten, ohne ökonomische Anreize möchte man dann aber kaum auf Bequemlichkeit und den gewohnten Lebensstandard verzichten.[822] Wie derartige ökonomische Anreize zur Vermeidung und Verringerung des motorisierten Individualverkehrs im Rahmen von Einkaufsfahrten sinnvoll zu setzen sind bleibt fraglich, da die Verkehrsträgerwahl in die Sphäre der individuellen Entscheidungsfreiheit fällt und letzten Endes die Grundversorgung eines jeden Haushaltes gewährleistet bleiben muss. Gerade in ländlichen Gebieten mit als mangelhaft empfundenem öffentlichen Verkehrsangebot stellt die räumliche Überbrückung von Distanzen ohne Pkw eine Barriere dar, wie sich gezeigt hat. Das Angebot von „fahrenden Händlern“ wird dabei nur eingeschränkt und tendenziell eher von der älteren Bevölkerung in Anspruch genommen. Als Lösungsansatz bieten sich beispielsweise die Einführung von kostengünstigen (und öffentlich geförderten) Zustelldiensten und Sammeleinkaufsfahrten per Bus für betroffene Gebiete an. Ökonomisch und ökologisch gesehen könnten dadurch Synergie-Effekte genutzt werden. Neben der Finanzierungsfrage gilt es hierbei zu klären, inwieweit ein derartiges Angebot Akzeptanz in der Bevölkerung finden würde.

5.1.3 Warenangebot und Produktauswahlmöglichkeiten

Mit dem Warenangebot und der damit einhergehenden Produktauswahlmöglichkeit ist man in Österreich durchwegs recht zufrieden, zumindest was jüngere Konsumenten anbelangt. Eine Mehrzahl der über Mitte 50jährigen empfindet das vorhandene Angebot als zu umfassend und dadurch teilweise auch als zu unübersichtlich. „Die unübersichtliche Auswahl bringt Probleme beim Einkauf“, dieser Aussage stimmte 2005 knapp die Hälfte der Befragungspersonen im Rahmen einer Repräsentativstudie der AK zu.[823] Differenziert wird stark nach der Größe der Geschäftsräumlichkeiten. Ein Fünftel der Verbraucher fühlt sich durch die gebotene Sortimentsbreite und -tiefe in größeren Supermärkten wie Interspar oder Merkur zum Teil überfordert. Dies

[820] Für eine detaillierte Verkehrsprognose Österreichs bis ins Jahr 2025 vgl. insbesondere BMVIT (2009)
[821] Vgl. Eckey/Stock (2000) S. 124 und Aberle (2009), S. 587
[822] Vgl. hierzu auch Abschnitt 5.7
[823] Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 19

erhöhe mitunter den erforderlichen Zeitaufwand und erschwere die Vergleichbarkeit der Produkte und Preise.[824] Alleine schon deswegen, weil dahinter auch eine Ressourcenvergeudung geortet wird, würde eine Minderheit der Verbraucher die Auswahl gerne in vielerlei Hinsicht auf ein „verträglicheres Maß" reduziert wissen. Diskonter verfügen nach der Auffassung mancher Personen zwar insgesamt über zu wenige Artikel, allerdings wird dies immer mit dem Zusatz geäußert, dass das Leistungsangebot von Diskontern komplementär zu jenem eines größeren Supermarktes gesehen wird. Diskonter sind eher im Lichte kleinerer, dringlicherer Besorgungen attraktiv. Die Wahl des jeweiligen Marktes hängt mitunter stark von – durch Werbemaßnamen vermittelten – Tagesangeboten ab.[825] Kostenüberlegungen spielen hier eine tragende Rolle, die meisten Konsumenten greifen je nach aktuellem Angebot und Bedarf auf die Filialen unterschiedlicher Handelsketten zurück. Betrachtet man die Anforderungen der Konsumenten an die Sortimentstiefe von einzelnen Produktgruppen, stellen sich große personenabhängige Unterschiede heraus. Nur um diverse Milch- oder Fertigprodukte als Beispiel anzuführen: während die einen die Tiefe des Sortiments als zu übertrieben empfinden, würden sich andere wiederum ein vermehrtes oder auch abwechslungsreicheres Angebot wünschen. Am ehesten empfindet man die Auswahlmöglichkeiten bei Süßwaren, aber auch bei Softgetränken und Mineralwässern als etwas zu umfangreich. Weiters wurde mehrfach auch der Wunsch nach mehr „gesunden Produkten" geäußert. Auffällig ist auch eine starke, obgleich vereinzelte Affinität für sogenannte „Bioprodukte". Wie sich im nächsten Unterkapitel noch zeigt, gewinnt die Ausschilderung des Ursprungslandes eines Erzeugnisses zunehmend an Bedeutung.

Ein Drittel der Österreicher, darunter ein erheblicher Anteil der über 50jährigen, verwendet regelmäßig Einkaufslisten, um nichts Wesentliches beim Einkaufen zu vergessen. Etwas mehr als die Hälfte verzichtet aber weitestgehend auf das Führen von derartigen Erinnerungshilfen. Ob mit oder ohne Liste: Kaufentscheidungen werden nicht ausschließlich schon zu Hause getroffen, sondern bis zu einem gewissen Grad auch erst im Geschäft, deshalb ist davon auszugehen, dass eine ansprechende Präsentation der Waren absatzfördernd wirkt, während unübersichtliche oder unordentliche Warensortierung hingegen zur Ablehnung der Käufer beiträgt. Belegt wird dieser Umstand durch mehrere Aussagen der Interviewteilnehmer.[826] Die Hälfte der Österreicher gibt an, stets oder meistens den Überblick zu behalten.[827] Der Überblick geht am ehesten dann verloren, wenn man sich in bislang unbekannten Räumlichkeiten neu orientieren muss (Beispielsweise im Urlaub), oder wenn

[824] Ein ähnliches Bild ergab sich bereits bei der qualitativen Voruntersuchung zur Studie „Konsumenten 2004". Damals meinten 40% der befragten Personen, ihnen wäre die Produktauswahl eher zu groß. Angeführt wurden hier zusätzlich - neben der Unübersichtlichkeit und aufwendigeren Produkt- und Preisvergleichen - die geringe Unterscheidbarkeit der Produkte und der Wunsch nach kleineren Supermärkten, was bei der aktuellen Erhebung in diesem Kontext nicht geäußert wurde. Vgl. Simperl (2003), S. 15

[825] Vgl. hier insbesondere Kapitel 4.6, S. 85ff

[826] Vgl. Kapitel 4.1.1, S. 20ff

[827] Vgl. hierzu auch Kollmann (2008), S. 23

ungewöhnliche Artikel gesucht werden. Gelegenheitseinkäufer haben hier mitunter größere Schwierigkeiten. Naturgemäß ist neben einer übersichtlichen Regalgestaltung auch die Größe der Geschäftsräumlichkeiten auschlaggebend. Im Rahmen der Erhebung „Konsumenten 2008“ beurteilte knapp, die Hälfte der Befragungspersonen das Warenangebot in den Geschäften als „sehr übersichtlich“ oder „übersichtlich“, womit sich seit dem Jahr 1995 nicht allzu viel verändert hat.[828] Besonders Männer und ältere Verbraucher empfanden vor vier Jahren das Warenangebot als unübersichtlicher, was vergleichsweise anhand der für diese Studie erhobenen Daten nicht bestätigt werden kann – im Gegenteil: es sind nach aktueller Erkenntnis viel eher die jüngeren Konsumenten, die gelegentliche Orientierungsschwierigkeiten eingestehen. Erklären lässt sich diese Diskrepanz anhand zweier Ursachen:
Erstens: ältere Menschen wohnen tendenziell schon etwas länger an ihrem derzeitigen Wohnort und hatten mehr Zeit, um sich an die Beschaffenheit der umliegenden Geschäfte anzupassen.[829] „Zweifellos spielen hier ebenfalls Gewöhnungseffekte einerseits und selektive Wahrnehmung andererseits, eine gewisse Rolle, denn tatsächlich ist das Warenangebot in seiner Breite und insbesondere durch die Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte deutlich gewachsen“.[830] „Selektive Wahrnehmung heißt, dass Menschen nur einem kleinen Teil der Reize, denen sie ausgesetzt sind, ihre Aufmerksamkeit schenken“.[831] „Hiernach werden vom Konsumenten nur noch solche Informationen (selektiv) aufgenommen, die vorhandene Dissonanzen reduzieren bzw. ein Auftreten von Dissonanzen möglichst vermeiden“.[832] „Der Gewöhnungsprozess tritt dann ein, wenn der Konsument einen Reiz nicht länger beachtet, weil er ihm vertraut ist“.[833]
Und Zweitens: Festgehalten werden sollte, dass es bei der Umfrage von „Konsumenten 2008“ das allgemeine Warenangebot in den Geschäften zu beurteilen galt und nicht lediglich jenes von Lebensmittelmärkten. Wie sich in Kapitel 4.2 herausstellte, fühlen sich ältere Personen vor allem dann überfordert, wenn es um technische Belange und elektronische Geräte geht. Dies erklärt aber wiederum nicht, weshalb sich 2008 häufiger Männer überfordert sahen, da sich laut aktueller Erhebung verstärkt Frauen als technisch wenig versiert wahrnehmen.

<u>Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:</u>
Sowohl mit dem erhältlichen Warenangebot, als auch mit dessen Anordnung sind die Konsumenten alles in allem recht zufrieden. Ein wesentlicher Faktor ist sicherlich auch die annähernd gleiche Regalanordnung in den Filialen einer Einzelhandelskette. „Eine erhebliche Rolle für das Kaufverhalten spielt die Orientierungsfreundlichkeit einer Einkaufsumgebung. Das ist naheliegenderweise nicht nur bei großflächigen

828 Vgl. Kollmann (2008), S. 23
829 „Mit der Größe des Wohnortes nimmt ebenfalls die Einschätzung als unübersichtlich ab“. Vgl. Kollmann (2008), S. 23
830 Kollmann (2008), S. 51
831 Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 73
832 Balderjahn/Scholderer (2007), S. 69
833 Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 75

Hypermärkten oder Shopping Centern von großer Bedeutung, auch bei kleinflächigeren Geschäften möchte der Konsument kognitive Entlastung durch schnelles Finden der für ihn relevanten Produkte erfahren“.[834]
Dabei zeichnet sich der Konsument nicht gerade durch besondere Geduld beim Suchen aus. „Grundsätzlich kann von der Erkenntnis ausgegangen werden, dass, wenn ein klares inneres Vorstellungsbild von der räumlichen Umwelt vorliegt, Konsumenten eine positivere Stimmung und eine höhere Einkaufsbequemlichkeit erleben, was sich letztlich auch auf die Kaufbereitschaft auswirkt“.[835] Für den Einzelhandel wäre es demnach von entscheidender Bedeutung, dass Konsumenten über „kognitive Landkarten“ (so genannte Mental Maps) von Geschäften und Einkaufsregionen verfügen.[836]

Trotz des in den letzten Jahrzehnten insgesamt umfangreicher gewordenen Warensortiments wird von keinen größeren Schwierigkeiten berichtet. Abgesehen davon, dass man sich an die Angebotsvielfalt in den vertrauten Märkten gewöhnt hat, scheinen Verbraucher weite Teile des bestehenden Angebots kurzerhand gedanklich auszublenden. In einer schnelllebigen Konsumwelt, in der die Informationsselektion zur unliebsamen Herausforderung geworden ist, kann die grundsätzlich vorhandene Experimentierfreudigkeit der Kunden durch langwierige Selektionsprozesse konterkariert werden. Resultiert die dabei möglicherweise entstehende Konsumentenverwirrtheit aus einer „Überlastung an Stimuli, kann es zu aufgeschobenen oder aufgegebenen Kaufentscheidungen, Unzufriedenheit und abnehmendem Vertrauen kommen“.[837] Effizienter erscheint es, bei gewohnten Artikeln zu bleiben, was alleine schon die Marktdurchdringung neuer Produkte und Anbieter deutlich erschweren dürfte und ein weiteres Indiz dafür ist, dass das Warenangebot bei der Grundversorgung (und wohl auch in anderen Bereichen) an die Grenze des Zumutbaren gestoßen ist. Rückläufige Entwicklungen sind derzeit nicht absehbar, im Gegenteil. Lösungsansätze sind längerfristig wohl eher im Bereich der Informationstechnologien zu erwarten. „Mit der Einführung neuer Medien, insbesondere interaktiver Kommunikationstechniken, erfährt auch die konsumtive Nutzbarkeit von Informationen eine neue Dimension“.[838] Unter interaktiven Aspekten wäre im Zuge der Standardisierung der Kommunikation durch technische Systeme eine stärkere Flexibilität und Individualisierung des Konsums möglich.[839] Beispielsweise in Einkaufswägen integrierte Bordcomputer, die Kunden Hilfestellungen leisten und auf Wunsch mit Informationen versorgen. Technisch längst keine Utopie mehr – aber aus Kosten-Nutzen-Überlegungen (noch) nicht lohnenswert. Denkbar wäre hier in nächster Zukunft viel eher die Nutzbarmachung der mittlerweile

[834] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 462f
[835] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 469
[836] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 463
[837] Vgl. Trommsdorff (2004), S. 146
[838] Wiswede, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 45
[839] Vgl. Wiswede, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 46

weit verbreiteten Smartphones. Anwendungen (sogenannte „Apps“) könnten gewissermaßen als Einkaufsführer dienen. Auf diesem Wege ließen sich ebenso Informationen seitens des Konsumentenschutzes näher an die Bevölkerung herantragen, sofern sich Produktinformationen und Warnhinweise von unabhängigen Stellen unkompliziert abrufen ließen (zB durch Einscannen des Strichcodes oder ähnlichem).

5.1.4 Warenkennzeichnung und Produktinformationen

Intransparente, unsachgemäße, bzw. mangelhafte Warenkennzeichnungen können also in erheblichem Maße zu den angesprochenen Selektionsschwierigkeiten beitragen. Die Ergebnisse bei der Meinungserhebung zur Warenkennzeichnung decken sich mit den bisherigen Erkenntnissen der Konsumforschung: Das Ablaufdatum ist Verbrauchern eindeutig am wichtigsten.[840] An zweiter Stelle steht das Herkunftsland, welches speziell für Ältere, Frauen und besserverdienende Personen relevant zu sein erscheint.[841] Die drei genannten Gruppen, sowie auch die Bessergebildeten, dürften generell etwas aufmerksamer sein, was Produktinformationen anbelangt.[842] „Am wenigsten auf Kennzeichnung zu achten scheinen die unter 35-jährigen männlichen Befragten“.[843] Männern ist eher die schnelle Abwicklung der Einkäufe wichtig, während Frauen mehr auf die Qualität, den Hersteller und den Preis schauen.[844] Dass hingegen Frauen im Gegensatz zu den Männern mehr Wert auf die Umweltverträglichkeit legen, konnte im Vergleich zur Studie „Konsumenten 2008“ nicht bestätigt werden.[845] Jene Studie kam weiters zu dem Ergebnis, Gruppen mit höherem Haushaltseinkommen und höherer Bildung legten ein größeres Augenmerk auf die Aspekte Qualität, Gesundheits- und Umweltverträglichkeit, dafür aber weniger auf den Preis.[846] Der Preis ist neben der Marke und der Packungsgröße eines der wesentlichen Kaufentscheidungskriterien und die wirksamste Kaufrestriktion.[847] Hinsichtlich der Qualität ist man eher skeptisch, auch was vermeintlich biologisch hergestellte Lebensmittel anbelangt, denn der Wahrheitsgehalt und die genaueren Produktionsbedingungen erscheinen den Konsumenten fraglich und nicht

[840] Vgl. hierzu Simperl (2003), S. 16 und Kollmann (2008), S. 26, 44 und 51. 85% der Verbraucher nutzen es immer oder meistens.

[841] Im Rahmen der Pilotstudie „Konsumenten 2012“ wurden ausschließlich Lebensmittel bei der Beachtung der Kennzeichnung angesprochen. Körperpflegeprodukte und Medikamente wurden während der Pre-Test-Phase herausgenommen, da es hier teils zu Bewertungsschwierigkeiten der Probe-Interviewteilnehmer kam. In der Studie „Konsumenten 2008“ waren zumindest die Körperpflegeprodukte noch enthalten. Vgl. Kollmann (2008), S. 26

[842] Vgl. hierzu auch Kollmann (2008), S. 26

[843] Simperl (2003), S. 17

[844] Vgl. Kollmann (2008), S. 22; Der Preis wird insgesamt heute stärker als Qualitätsmerkmal herangezogen als früher. Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 39

[845] Vgl. Kollmann (2008), S. 21f

[846] Vgl. Kollmann (2008), S. 22. Die bis 2007 erhobenen Bedeutungsverluste der Produkteigenschaften „Qualität“ und „Umweltverträglichkeit“ lassen sich nach Kollmann durch eine bei den Verbrauchern offenbar generalisierte Wahrnehmung des zunehmenden Bio-Angebots erklären. Vgl. Kollmann (2008), S. 50

[847] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), s. 208 und Kollmann (2008), S. 28

nachprüfbar.[848] Die Bereitschaft, sich auf anderen Wegen als auf der Packung Informationen zu beschaffen, hat in den letzten Jahren stark abgenommen.[849] Was die Zufriedenheit mit der Warenkennzeichnung sowie mit den Anwendungshinweisen bei den Produkten des täglichen Bedarfs anbelangt, so ist diese zwischen 1995 und 2007 ein Stück gestiegen (Note 1-2 von 44 auf 53%).[850] Allerdings hat die Zufriedenheit mit der Präsentation von Produktinformationen seit 2009 wiederum stark abgenommen.[851] Immerhin 62% finden die Produktinformationen bei verpackten Lebensmitteln auf der Verpackung ausreichend, was jedoch einen Rückgang von 8% zwischen 2009 und 2011 bedeutet.[852] Für 9% ist 2011 diese Information überhaupt nicht ausreichend (2009: 4%).[853] „Was einigen der Befragten abgeht, sind die Kalorien- bzw. Fettangaben, verständliche Inhaltsangaben […] sowie eine verlässliche Kennzeichnung bezüglich Gen-Manipulation".[854] Etwa 72% der Konsumenten hätten gerne zusätzliche Informationen bei der Produktkennzeichnung, wobei wie gesagt besonders die genaue Herkunft des Lebensmittels, aber auch die transparente Angabe der Inhaltsstoffe relevant sind.[855]
Bereits 2007 äußerten sich knapp zwei Drittel positiv zu einer „Ernährungswert-Kennzeichnung", beispielsweise mittels Ampelfarben.[856] Im Jahr 2011 waren es sodann knapp drei Viertel, deren die vereinfachte Darstellung zB in Form einer Ampelkennzeichnung bei der Kennzeichnung von Nährwerten wichtig oder sehr wichtig ist.[857] Konsumenten, die „durch Kennzeichnungen auf Lebensmitteln, die niedrige Fettgehalte bewerben, in die Irre geführt werden", bzw. Konsumenten, die „den Kaloriengehalt solcher Lebensmittel unterschätzen" neigen dazu, in Folge dessen mehr zu konsumieren, als ihrer Gesundheit zuträglich wäre.[858]

Ähnlich wie heute waren die Österreicher vor sechs Jahren zu einem Drittel im Großen und Ganzen mit den Angaben auf den Produkten bzw. Verpackungen zufrieden, bzw. zu einem Viertel nicht zufrieden, während der Rest sich nicht auf eine Ausprägung festlegen wollte.[859] Mit der Gestaltung der Preisauszeichnung hingegen sind drei Viertel der Österreicher zufrieden, was allerdings einen Rückgang der Zufriedenheit (2009 noch 81%) bedeutet.[860] Bereits zwischen 1995 und 2007 sind die Probleme mit

[848] Vgl. hierzu auch Simperl (2005), S. 14
[849] Vgl. BMASK (2011), S. 135
[850] Vgl. Kollmann (2008), S. 25. Angemerkt wird, dass sich ein Gutteil der Zufriedenheit auf das Ablaufdatum bezieht.
[851] Vgl. BMASK (2011), S. 135
[852] Vgl. BMASK (2011), S. 138
[853] Vgl. BMASK (2011), S. 135 und 139
[854] Simperl (2003), S. 16
[855] Vgl. BMASK (2011), S. 135
[856] Auch hier wiederum finden sich unter den Befürwortern eher Frauen, ältere und einkommensstärkere Personen. Vgl. Kollmann (2008), S. 27
[857] Der Stellenwert ist seit 2009 leicht gestiegen. Vgl. BMASK (2011), S. 139
[858] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 691
[859] Eine leichte Abnahme der Zufriedenheit konnte seit 1995 registriert werden. Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 26
[860] Vgl. BMASK (2011), S. 137

der Lesbarkeit der Preisauszeichnung angestiegen.[861] Die Hälfte der 2011 Unzufriedenen bemängelt die eingeschränkte Lesbarkeit und die fehlende Vergleichbarkeit wegen der Nichtangabe des Grundpreises.[862] Laut Kollmann hat sich die im Jahre 2000 eingeführte Grundpreisauszeichnung deswegen verschlechtert, da sich Verbraucher gegen die Komplexität des Angebotes zunehmend abschotten und in Folge dessen Hilfen wie Grundpreisauszeichnung weniger häufig nutzen.[863] In den sieben Jahren nach Einführung der Vorschrift zur Angabe des Grundpreises hat sich deren regelmäßige Nutzung nahezu halbiert.[864] Eher Frauen, formal höher Gebildete, Einkommensstärkere und Ältere nutzen die Grundpreisauszeichnung.[865] Mittlerweile kennen jedoch mehr als zwei Drittel die Bedeutung der Grundpreisangabe.[866] „Auch die Zufriedenheit mit der Schriftgröße und Lesbarkeit hat abgenommen".[867] Besonders ältere Menschen haben Probleme mit der Lesbarkeit der Produktkennzeichnungen.[868] „Das biologische Altern beschreibt die Beeinträchtigung der Funktionstüchtigkeit der Sinnesorgane und körperlichen Fähigkeiten (z.B. nachlassendes Sehvermögen mit zunehmendem Alter)".[869] Die empirisch belegte sinkende Zufriedenheit äußert sich durch die Lesbarkeit von Kontrasten, der kleinen Schriftgröße und der unterschiedlichen Anordnung der Angaben.[870]

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:
Hinsichtlich der Produktinformationen ergeben sich zwei grundlegende Herausforderungen für Verbraucher. Zum einen besteht nur eine moderate Bereitschaft, sich eingehender damit auseinanderzusetzen, zum anderen misstraut man dem Wahrheitsgehalt der abgedruckten Informationen. Schon alleine deswegen, weil man Angaben übersehe, bzw. wegen deren Größe erst gar nicht lesen kann, oder viele Abkürzungen und Bezeichnungen nicht verstehe, werden Kennzeichnungen ignoriert – in diesem Zusammenhang nennt man häufig nichtssagende Inhaltsstoffe und intransparente E-Nummern. Verbraucher möchten auf einen Blick erkennen können, wie gesundheitsverträglich ein Produkt ist.[871] Denkbar wäre hier eine verpflichtende Angabe mittels Ampelfarben oder ähnlichem, was zB den Zucker-, Kalorien-, oder Fettgehalt betrifft. Idealerweise müsste dies über eine entsprechende EU-Verordnung oder Richtlinie geschehen, um europaweite Standards zu gewährleisten. Für

[861] Vgl. Kollmann (2008), S. 44
[862] Vgl. BMASK (2011), S. 137
[863] Vgl. Kollmann (2008), S. 44
[864] Vgl. Kollmann (2008), S. 29
[865] Insofern scheint sich seit 2007 nichts verändert zu haben. Vgl. Kollmann (2008), S. 29
[866] „Unter einer Grundpreisangabe verstehen 69% der ÖsterreicherInnen die Angabe des auf eine Einheit hochgerechneten Preises zur Erleichterung des Preisvergleichs. 11% denken, dass es sich dabei um die Angabe des Normalpreises im Vergleich zu einem Aktionspreis handelt und 6% vermuten dahinter die Angabe des handelsüblichen Verkaufspreises am Produkt selbst". Vgl. BMASK (2011), S. 136
[867] BMASK (2011), S. 135
[868] Vgl. hierzu auch Kollmann (2008), S. 28
[869] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 4
[870] Vgl. hierzu vor allem BMASK (2011), S. 135, 140; Kollmann (2008), S. 44, 52
[871] Dies umfasst auch einheitliche Hinweise für Vegetarier, Diabetiker und dergleichen.

Österreicher ist die Herkunft der angebotenen Produkte überaus wichtig, die bloße Angabe, ein Artikel wäre in der EU hergestellt worden, ist für Konsumenten unbefriedigend, zumal österreichische Herkunft mit Qualität und Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht wird.[872] „Ein typisches Wahrnehmungsproblem, das eng mit der Darbietungsform der Produktinformation zusammenhängt, ist die Irreführung des Verbrauchers. Aus verhaltenswissenschaftlicher Sicht kommt es nicht darauf an, ob eine Information tatsächlich richtig, falsch oder irrelevant ist, sondern wie sie vom Verbraucher subjektiv wahrgenommen wird".[873] Nicht ganz nachvollziehbar sei es für Verbraucher, inwieweit Unternehmen gesetzlich dazu gezwungen sind wahrheitsgemäße, korrekte Angaben zu machen und in welchem Ausmaß dies letzten Endes kontrolliert wird. In hohem Maße verlässt man sich dabei auf Institutionen des Konsumentenschutzes, deren Aufgabe darin gesehen wird, Qualität und ordnungsgemäße Kennzeichnung von Waren genauestens zu überprüfen.

„Schwierigkeiten mit dem Sehvermögen führen […] zu einer Beeinträchtigung der Informationsaufnahme und bedeuten, dass viele Geschäfte viel heller sein sollten, als sie es heute sind".[874] Der vor allem für sehschwache Personen teils schwer lesbaren, weil zu kleinen, Schrift entgegenzuwirken, gestaltet sich auch aufgrund von auftretendem Platzmangel als problematisch. In vielen Fällen müssten entweder Produktinformationen gekürzt, oder Packungen vergrößert werden, was weder im Sinne der Konsumenten noch der Nachhaltigkeit sein kann. Zumeist würde es älteren Konsumenten aber schon voll und ganz ausreichen, wenn zumindest das Ablaufdatum einheitlich, übersichtlich und gut lesbar abgedruckt wird. Die kleingedruckte Ausschilderung des Grundpreises erscheint hauptverursachend für dessen geringe Akzeptanz unter den Verbrauchern. Würde man ihn künftig größer anschreiben, wäre seine Nutzung wohl attraktiver für Verbraucher und würde im Zeitverlauf eher angenommen werden. In anderen EU-Ländern – Beispiel Schweden – ist der spezifische Preis weit augenscheinlicher und wird deshalb wohl auch viel eher beachtet.

5.1.5 Wahrnehmung und Akzeptanz von Gütezeichen

Ein Drittel der Verbraucher vermutet, dass den verschiedenen Marken- und Gütezeichen Beachtung geschenkt wird. Eine große Mehrheit hingegen ist der Meinung, dem sei nicht so.[875] Wie schon bei der qualitativen Voruntersuchung zur Studie „Konsumenten und Umwelt 3" konnten sich die Befragten nur schwerlich

[872] Vgl. hierzu auch Kollmann (2008), S. 51

[873] „Irreführung liegt vor, wenn die vermittelten Informationen einen falschen, das heißt der Wirklichkeit nicht entsprechenden Eindruck über einen bestimmten Sachverhalt hervorrufen oder bestätigen. Will man den Verbraucher schützen, so kommt es darauf an, welche tatsächlichen Wirkungen die Produktinformation auf den Verbraucher, das heißt auf seine subjektive Wahrnehmung hat". Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 335f

[874] Kroeber-Riel/Weinberg (2009), S. 495

[875] Zu einem ähnlichen Resultat im Kontext einer Fremdeinschätzung gelangte die AK Repräsentativstudie „Konsumenten und Umwelt 3" hinsichtlich der Beachtung von Umweltzeichen. Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 30

kompetent dazu äußern, da privat so gut wie nie über Gütezeichen gesprochen wird und sich Konsumenten beim Einkaufen nicht gegenseitig studieren.[876] Insgesamt spürt man eine große Unsicherheit der Befragungspersonen beim Thema Gütezeichen. Nicht nachvollziehbar erscheint es den Verbrauchern, was denn eigentlich ein Gütesiegel ist und welche Vergabekriterien dahinter stehen. So stimmten im Jahre 2005 bei einer Repräsentativstudie der AK Wien 56% der Aussage „umweltfreundliche Produkte sind nur schwer erkennbar“ zu, 29% meinten, es würde zumindest teilweise zutreffen.[877] Selbige Umfrage registrierte eine empfundene Notwendigkeit eines verpflichtenden Umweltzeichens bei 83% der Befragten.[878] Über die Hintergründe eines Gütezeichens wurden von knapp zwei Drittel noch nie Informationen eingeholt.[879] Bei der Umfrage des BMASK konnten 2011 77% der befragten Personen spontan Gütezeichen nennen, darunter mit Abstand am häufigsten das AMA-Gütezeichen.[880] „Besonders tendenziell Jüngeren, Berufstätigen und Personen ohne Migrationshintergrund ist AMA spontan ein Begriff“.[881] In der vorliegenden Studie ist das AMA-Gütezeichen nahezu jedem bekannt, sogar ungestützt.[882]

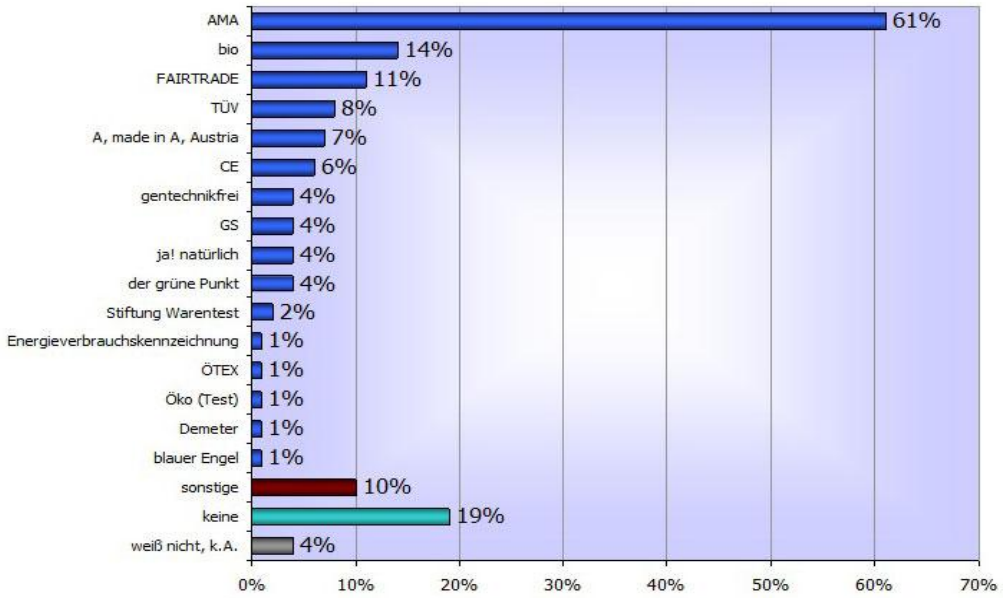

Abb. 17: Bekanntheitsgrad von Gütezeichen

Quelle: BMASK: KonsumentInnen-Barometer Chartsbericht (2011), S. 158

Ja!Natürlich, Fairtrade und Bio ließen ebenfalls auf einen etwas höheren Bekanntheitsgrad schließen, ansonsten ergibt sich ein recht ähnliches Bild im

876 Vgl. Simperl (2005), S. 20
877 Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 19
878 Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 27
879 Vgl. BMASK (2011), S. 163
880 Vgl. BMASK (2011), S. 155ff
881 BMASK (2011), S. 155
882 Bei der qualitativen Vorerhebung zur Studie „Konsumenten und Umwelt 3“ gaben 94% an das AMA-Gütezeichen zu kennen (gestützte Nennung).

Vergleich zur Studie des BMASK. Trotz des relativ hohen Bekanntheitsgrades des AMA-Gütesiegels, ist es nur für 40% persönlich wichtig. Einem Drittel sind Gütezeichen insgesamt eher unwichtig. Prinzipiell können Gütezeichen das Kaufverhalten beeinflussen und die Zahlungsbereitschaft erhöhen.[883] Die Aufpreisbereitschaft ist bei Frauen höher.[884] Zwei Drittel der Österreicher lassen sich jedenfalls nach eigenen Angaben durch Gütezeichen beeinflussen, darunter 38% nur dann, wenn sie die Kriterien für die Gütezeichen auch kennen.[885] Seit 2009 hat der Einfluss von Gütezeichen zugenommen, Männer lassen sich tendenziell seltener dadurch leiten.[886]

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:
Grundsätzlich mag die Preisbereitschaft mit dem Vorhandensein von Gütezeichen höher sein, was aber erst dann der Fall ist, wenn dem Konsumenten auch klar ist, welche Kriterien damit verbrieft werden. Genau hier liegt auch der Kern des Problems: die Motivation, sich damit auseinandersetzen scheint für Verbraucher denkbar gering zu sein. Informationen wären grundsätzlich zugänglich, so zB im Internet, beim VKI oder der Arbeiterkammer. Konsumenten sehen die Informationsversorgung in dieser Hinsicht zum Teil weniger als Holschuld, sondern vielmehr als Bringschuld seitens der Verbraucherpolitik. Jene Informationen werden nicht als irrelevant abgetan, sondern schlicht der nötige Zeitaufwand zur Informationsbeschaffung ist die bestehende Hürde. Konsumenteninteressensvertretungen stehen vor der Herausforderung, ein Mindestmaß an Information aktiv in die Bevölkerung hineinzutragen. Fraglich bleibt, mit welchen konkreten Maßnahmen die Bürger am effektivsten erreicht werden könnten. Allgemein gewinnt man den Eindruck, dass mittlerweile bereits zu viele unterschiedliche Gütezeichen am Markt bestehen. Dem Konsumenten ist weitestgehend unklar, hinter welchen Siegeln überhaupt tatsächlich kontrollierte Qualitätskriterien stecken. Im Sinne der Transparenz wären einige wenige Gütezeichen mit klar kommunizierten Anforderungen zielführender. Rasche Maßnahmen seitens der Ordnungspolitik erscheinen im Sinne des Konsumentenschutzes wünschenswert.

5.2 Verbraucherprobleme bei größeren Anschaffungen

Jener Abschnitt fasst mehrere Punkte der empirischen Erhebung hinsichtlich größerer Anschaffungen zusammen. Anfolgende Unterkapitel beinhalten die Einstellung der Verbraucher zu größeren Anschaffungen, die Beschaffung von kaufentscheidungsrelevanten Informationen, Beschaffungsvorgänge per Internet, die Bedienung von Geräten, die Nutzung von Zusatzfunktionen und die Verbraucherbewertung der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern.

883 "56% würden für Waren mit Gütekriterien einen höheren Preis bezahlen und 6 von 10 für Waren die mit Gütezeichen versehen sind. 30% geben dezidiert an, keinen höheren Preis für mit Gütekriterien oder Gütezeichen gekennzeichnete Waren zu bezahlen". BMASK (2011), S. 156

884 BMASK (2011), S. 156

885 Vgl. BMASK (2011), S. 164

886 Vgl. BMASK (2011), S. 156 und 165

5.2.1 Empfindung beim Beschaffungsvorgang

Größere, ungewöhnlichere Anschaffungen sehen Verbraucher in einem gänzlich anderen Licht, als die alltäglichen Einkäufe. Alleine schon deswegen, weil sie viel seltener vorkommen, wird in diesem Zusammenhang viel häufiger von einem Erlebnis und dem „sich etwas gönnen" berichtet. „Konsumieren bedeutet oft Selbstbelohnung, sei es beim Einkaufen oder beim Verbrauch".[887] „Konsumenten lassen sich beim Einkauf natürlich nicht nur von rationalen Bedürfnissen und dem Wirtschaftlichkeitsprinzip leiten. Der Einkaufsvorgang ist vielmehr ein komplexer sozialer Prozess, in dem Gefühle und Erlebnisse eine überragende Rolle spielen. Nicht selten wird Shopping zum Selbstzweck".[888]
Der große Unterschied bestehe auch im Aufwand der Informationsbeschaffung: im Vorfeld wird ein höherer Aufwand betrieben, um der Gefahr einer Fehlallokation von knappen Mitteln – eines Fehlkaufes – möglichst entgegenzuwirken.[889] Dieses Einholen von Informationen sorgt allerdings für Kontroversen. Nicht für jeden ist diese Tätigkeit mit Vorfreude verbunden – unter Berücksichtigung des knappen Zeitbudgets möchte man möglichst rasch und unkompliziert an relevante Informationen für die Kaufentscheidung gelangen, was besonders dann gilt, wenn den Einzelnen die jeweiligen Produkte eher weniger interessieren.
Anders als in Supermärkten halten sich Verbraucher in Bekleidungsgeschäften oder Elektrofachmärkten mitunter auch dann auf, wenn gar keine konkrete Kaufabsicht besteht. Dennoch möchte man auch beim sogenannten Bummeln nicht unnötig viel Freizeit investieren.[890]

<u>Schlussfolgerung und Ausblick:</u>
„Ein Großteil unserer Wünsche, Interessen und Handlungen sind unmittelbar oder indirekt mit dem Kauf und Verbrauch von Gütern verbunden".[891] „Jenseits der elementaren Existenzsicherung zeichnet Konsum ein vernehmlich expressiver Charakter aus".[892] Kleidung, Schmuck, Autos oder Urlaubsreisen sind „stellvertretende Symbole für sozialen Status, guten Geschmack und Individualität, eigenen sich als Mittel der sozialen Selbsteinstufung, die eine Doppelfunktion erfüllen: Integration und Abgrenzung".[893] „Demonstrativer Konsum erhält eine neue Bedeutung als Mittel der Selbstinszenierung, deren Sinn heute weit über die Sicherung vertikal definierten Sozialprestiges hinausreicht".[894] „Es geht auch um Genussstreben und imaginativen Konsum, um Selbstdarstellung und symbolische Selbstergänzung um Kompensation

[887] Trommsdorff (2004), S. 129
[888] Trommsdorff (2004), S. 76
[889] Vgl. Kollmann (2008), S. 35 und Kapitel 2.1.2.1
[890] Zu diesen Erkenntnissen führte bereits die Voruntersuchung zur Studie „Konsumenten 2004". Vgl. Simperl (2003), S. 14
[891] Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 167
[892] Lüdtke, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 117
[893] Jäckel, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 88
[894] Lüdtke, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 120

innerer Defizite ebenso wie um die Abhängigkeit vom Konsum“.[895]

Allgemein darf die Behauptung aufgestellt werden, Frauen (tendenziell eher jüngere) sähen den Bekleidungseinkauf eher als Erlebnis im Vergleich zu Männern, während diese wiederum etwas technikaffiner sind. Die Begeisterung für technische Produkte nimmt mit zunehmendem Alter ab. Wie auch schon bei Gütern des täglichen Bedarfs hat sich das Empfinden bei der Anschaffung von Bekleidung, Schuhen und dauerhafteren Konsumgütern wie Haushalts- oder elektronischen Geräten seit 1995 nicht signifikant verändert.[896] Registrieren lässt sich bestenfalls ein leicht rückläufiger Anteil jener, die derartige Einkäufe als angenehm oder Erlebnis bezeichnen, was vermutlich am breiter werdenden Angebot und dem somit aufwendiger werdenden Selektionsvorgang liegen dürfte. „Verbraucher haben in der modernen Gesellschaft mit ihren hohen Anforderungen nur begrenzt Freizeit und eine begrenzte Informationsbereitschaft“.[897]

5.2.2 Informationsbeschaffung vor dem Kauf

„Die Überlegung, wie viele und welche Produktinformationen vom Konsumenten wahrgenommen und zur Produktbeurteilung herangezogen werden, hat die Konsumentenforschung schon oft beschäftigt“.[898] Festgehalten werden konnte im Zuge der vorliegenden Studie, dass Konsumenten viel mehr Zeit in den Kaufentscheidungsprozess investieren, je teurer und außergewöhnlicher eine Anschaffung ausfällt. Ebenso die Anzahl an beanspruchten Informationsquellen nimmt in diesem Zusammenhang zu. Tabelle 18 stellt die Häufigkeit der in Anspruch genommenen Quellen für Kaufentscheidungen grafisch dar. Wie sich zeigt, sind laut dem KonsumentInnen-Barometer die Fachberatung im Geschäft, das Internet und die Bekannten wichtige Anlaufstellen, um sich vorab über ein Produkt zu informieren. Werbeträger werden bis zu einem gewissen Grad als Informationsquelle gesehen, wobei die Befragten der Pilotuntersuchung nur Werbeprospekte und Broschüren für die letzte größere Anschaffung heranzogen, Radio, Plakate und Fernsehen in diesem Sinne aber nicht berücksichtigten. Im Rahmen der Erhebung für die Studie „Konsumenten 2008“ legte man den Befragten eine geschlossene Liste mit Aufzählungen von Informationsquellen vor, deren Wichtigkeit mittels Schulnoten zu bewerten war.[899] Im direkten Vergleich zum überaus wichtigen persönlichen Urteil hatten die Meinungen von Bekannten und Verwandten (51% vergaben die Noten 1-2) deutlich weniger Gewicht – deren Stellenwert hat seit 1995 abgenommen und mittlerweile scheinen sie nur noch für jede vierte Kaufentscheidung von Relevanz zu sein. Einen zunehmenden Bedeutungsgewinn erfährt im Gegensatz dazu das Internet –

[895] Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 172
[896] Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 21
[897] Kollmann (2008), S. 50
[898] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 329
[899] Vgl. Kollmann (2008), S. 35

zwei von drei Anschaffungen wurden über das Internet recherchiert.[900] Es wird als schnelle, einfache und kostengünstige Möglichkeit gesehen, an unabhängige Informationen in Form von Foren, Testberichten und Empfehlungen zu gelangen. Das Internet könnte dabei tendenziell die persönliche Fachberatung im Geschäft, welcher man nur bedingt Vertrauenswürdigkeit oder auch Kompetenz zuspricht, im Zeitablauf immer weiter substituieren. Nicht immer ganz klar ersichtlich ist es für Verbraucher, ob es sich bei der Beratung um eine objektive Fachberatung oder lediglich um ein absatzzielgerichtetes Verkaufsgespräch handle.[901] Trotz dieses Umstandes ist die Informationsbeschaffung beim Händler nach wie vor sehr beliebt – während sich 2003 73% bei der letzten größeren Anschaffung direkt im Geschäft informierten, sind es 2011 sogar 80%.[902]

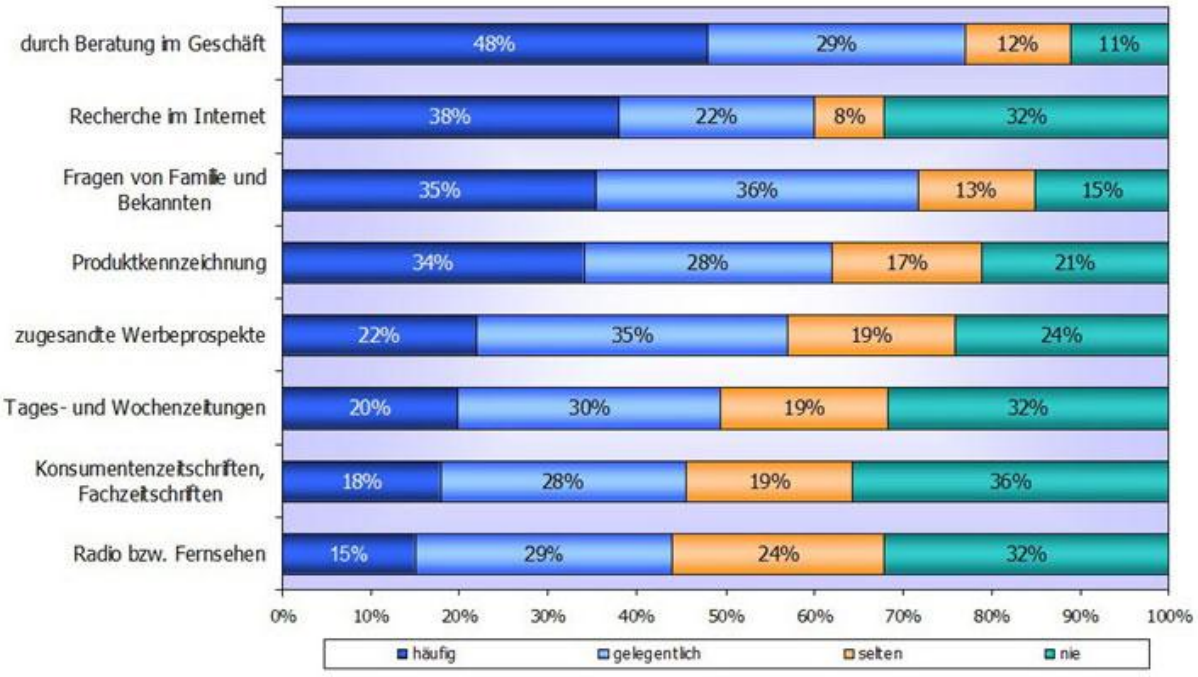

Abb. 18: Informationsquellen im Vorfeld von größeren Anschaffungen

Quelle: BMASK: KonsumentInnen-Barometer Chartsbericht (2011), S. 105

Jüngere und Personen mit niedrigerem Pro-Kopf-Haushaltseinkommen beschaffen sich in der Regel erste Informationen schneller nach Aufkommen eines konkreten Konsumwunsches.[903] Die dazwischen verstrichene Zeit schwankt zwischen wenigen Stunden und einem Jahr – im Ausnahmefall sogar mehreren Jahren. Einem Viertel war

[900] Auf die Konsumentenerfahrungen mit Beschaffungen per Internet geht das anfolgende Kapitel näher ein.

[901] Vgl. Kollmann (2008), S. 53

[902] Vgl. Simperl (2003), S. 10f

[903] Dies begründet sich unter anderem dadurch, dass jüngere Menschen tendenziell eher internetaffin sind und Informationen mittels Internet rasch und unkompliziert zugänglich sind. Zudem sind jüngere Menschen im Schnitt einkommensschwächer.

es ein Anliegen, sich sofort zu informieren, ein Fünftel hat ein Jahr oder länger damit gewartet. Bis zum tatsächlichen Kauf sind nach der ersten Informationseinholung dann wenige Stunden bis zu sechs Monaten vergangen. Nur wenige sind unverzüglich zum Kaufakt übergegangen, zwei Drittel benötigten zwischen zwei Tagen und zwei Wochen, ein Fünftel mehr als zwei Monate. Eine Mehrheit der Personen lässt zwischen dem erstem Wunsch und der ersten Information mehr Zeit verstreichen als zwischen der ersten Informationsbeschaffung und der Manifestation der Kaufentscheidung, wobei Jüngere und Einkommensschwächere sich grundsätzlich früher informieren, dann aber verhältnismäßig länger die Anschaffung abwägen.

Der Preis war dabei für mehr als zwei Drittel ein entscheidendes Kaufkriterium, über 80% haben zudem Preisvergleiche durchgeführt. Das Preisinteresse (der Wunsch, möglichst preisgünstig einzukaufen) ist kein angeborenes, sondern ein sekundäres Motiv, das Lernprozessen unterliegt.[904] 2007 waren es knapp unter 80%, die zumindest ein weiteres Angebot einholten. Bis dahin ist die Zahl derer, die keine weiteren Angebote einholten leicht zurückgegangen, der Vergleichsumfang hat jedoch ebenfalls abgenommen.[905] Bestätigt hat sich auch folgende These: „Männer stellen mehr Preisvergleiche an als Frauen, Verbraucher mittleren Alters deutlich mehr als junge und ältere Verbraucher“.[906]

Neben dem Preis waren bei den letzteren größeren Anschaffungen in höherem Maße noch das Aussehen/Design, die Größe und die Leistung/Qualität ausschlaggebend. Jeder Fünfte gab jeweils explizit an, das Preis/Leistungsverhältnis, die Marke respektive die Funktionen/Features als wichtiges Kriterium herangezogen zu haben. Seit 2003 dürfte sich die Bedeutung der Kaufentscheidungskriterien ein wenig verlagert haben. Damals stand an erster Stelle noch die Qualität, gefolgt von einem guten Preis/Leistungsverhältnis und der Marke. Erst danach kamen der Preis und in weiterer Folge mit etwas geringerem Stellenwerten noch die technischen Daten, sowie das Aussehen.[907] Schon 2007 schlussfolgerte sich eine abnehmende Beachtung der Qualität bei Konsumgütern und eine gleichzeitige Zunahme der Preisbeachtung.[908] „In bestimmten Wahrnehmungssituationen schließt der Konsument vom wahrgenommenen Preis auf die Produktqualität“.[909]

Empirisch konnte belegt werden, dass Konsumenten beim Kauf eines Flachbildfernsehers (Bewertung mittels Schulnoten) am ehesten auf den Preis achten, insbesondre was Jüngere, Personen aus einkommensschwächeren Haushalten und formal weniger Gebildete anbelangt. Flachbildschirme waren noch vor wenigen Jahren

[904] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 429
[905] Anmerkung: Im Vergleich zur Erhebung im Jahre 1995. Vgl. Kollmann (2008), S. 37
[906] Kollmann (2008), S. 37
[907] Vgl. Simperl (2003), S. 17f
[908] Vgl. Kollmann (2008), S. 42
[909] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 353

sozial auffällige Produkte, wohingegen sie heute nicht mehr als Luxusgüter zu bezeichnen sind.[910] Von Älteren, Frauen, Besserverdienern und Schlechtergebildeten wurden für den Aspekt der Benutzerfreundlichkeit sogar noch bessere Noten vergeben als für den Preis. Für Jüngere, Männer und Gebildetere ist dafür die Leistung im Sinne der technischen Daten vergleichsweise interessanter. Als am wenigsten relevant für die Kaufentscheidung wurde die Marke beurteilt. Ermittelt man einen ungewichteten Notendurchschnitt, gelangt man zu der Annahme, Ältere, Frauen und Einkommensschwächere stellen sorgfältigere Überlegungen beim Kaufentscheidungsprozess von Konsumgütern an – zumindest was Flachbildfernseher betrifft. Wie bereits in Kapitel 4.2 geäußert, ist es höchst bedenklich, dass ausgerechnet Personen mit höherem Haushaltseinkommen ökologische Aspekte als weniger wichtig bewerten, wo doch ein höheres Einkommen ein gesteigertes Konsumpotential birgt. Höhere Kaufkraft sollte idealerweise mit größerem Verantwortungsbewusstsein einhergehen.

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:
Recht deutlich zeigte sich, dass Verbraucher größeren, im Sinne von teureren Anschaffungen gegenüber anders eingestellt sind, als es bei den Besorgungen des täglichen Bedarfs der Fall ist. Abgesehen von den genannten Begründungen der Befragungspersonen gibt es noch eine weitere Komponente, die bei der Erhebung in jenem Fragenkomplex fast vollständig von den Interviewteilnehmern außen vor gelassen wurde, nämlich die Tatsache, dass Konsumgüter neben einer kompensatorischen Wirkung auch statusgebend, identitätsstiftend und ein Kommunikationsmittel sein können, während zB bei Lebensmitteln primär der gebrauchswertorientierte Nutzen gesehen wird.[911] Wenn bei der Beschaffung von Konsumgütern von Erlebnissen und einem „sich etwas gönnen“ die Rede ist, dann lässt sich dahinter stellenweise kompensatorisches Verhalten als Motiv vermuten.[912] Unklar bleibt, wofür man sich konkret zu kompensieren versucht. Die Durchführung der Beschaffung gestaltet sich für die Konsumenten als zwiespältige Angelegenheit, da man nicht ausschließlich die Vorfreude und das Erlebnis dahinter sieht. Angesichts der in Kapitel 3.2 festgestellten sinkenden realen Kaufkraft, sehen sich Verbraucher verstärkt dazu gedrängt, umfangreichere Recherchen und Abwägungen unter Berücksichtigung des knapper werdenden Konsumbudgets anzustellen, um Ressourcen sinnvoll zu allokieren und Fehlinvestitionen zu vermeiden. Zu diesem Schluss lässt auch die augenscheinlich hohe Preisbeachtung gelangen, wobei diese zwar verbal geäußert, aber nicht empirisch nachgewiesen wurde. Als weniger förderlich in diesem Sinne gestaltet sich die komplexer werdende, informationsüberladene Alltagswirklichkeit, die zu immer aufwendigeren Selektionsherausforderungen nötigt, was bei knapper werdendem Freizeitbudget zu Frusterscheinungen der Verbraucher

[910] „Sozial auffällig sind nur solche Produkte, die nicht von Allen gekauft werden, dies gilt für die Luxusgüter“ .Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 519

[911] Für eine nähere Erläuterung zu den verschiedenen Konsumformen vgl. zB Kollmann (2010), S. 5f

[912] Für eine nähere Auseinandersetzung mit kompensatorischem Konsumverhalten und Kaufsucht vgl. Abschnitt 2.1.6 und 5.6

führen dürfte. Hinzu kommt die Tendenz, altgediegenen Informationsquellen zu misstrauen, was speziell Werbeträger und Verkaufspersonal betrifft.[913] Angesichts dessen ist es somit nicht weiter verwunderlich, dass man sich zunehmend an unabhängig erscheinenden Quellen orientiert. Dies wären zB Kundenbewertungen, objektive Empfehlungen, Fach- und Konsumentenzeitschriften, vorrangig scheint hier allerdings das Internet klar an Bedeutung zu gewinnen. So sind es gerade jüngere Verbraucher, welche die dadurch ermöglichte rasche Informationsbeschaffung zeitnah am ersten Konsumwunsch schätzen. Der Bedeutungszuwachs des Internets wird in dieser Hinsicht wohl weiter anhalten, zumal immer mehr Menschen hierzulande quasi damit aufwachsen und das weltweite Netzwerk noch unausgeschöpftes Potential (mit allen einhergehenden Risiken) für Hilfestellungen bereithält. Im Endeffekt besteht somit auch eine große Chance für die Verbraucherinformation/Verbraucherberatung, um Informationen einer breiten Masse zugänglich zu machen, so wie es mittlerweile ohnehin schon der Fall ist. Künftig empfiehlt es sich dennoch hier noch stärker Präsenz zu zeigen als bisher.

5.2.3 Beschaffungsvorgänge per Internet

„Seit Anfang der 1990er Jahre ist das Internet zu einem der wichtigsten Medien für geschäftliche Transaktionen geworden".[914] Mittlerweile sind 75% aller Haushalte mit einem Internetzugang ausgestattet, Tendenz steigend.[915] Bekanntlich ist das Internet für Verbraucher nicht ausschließlich ein Medium zur Informationsbeschaffung, es lassen sich damit in weiterer Folge auch Bestellungen und Bezahlungen abwickeln, bzw. Verträge abschließen.
Zwischen 2009 und 2011 lag der Anteil derer, die das Internet als Informationsquelle für Kaufentscheidungen nutzte bei 60%.[916] Unter den Befragungspersonen der Pilotstudie tätigten 70% bereits eine Online-Bestellung oder einen Kauf per Internet, zB in einem Onlineshop oder Auktionshaus. Tendenziell sind dies eher Jüngere und Männer, andere soziodemographische Faktoren spielen eine stark untergeordnete Rolle. Die Untersuchung im Rahmen des KonsumentInnen-Barometers ergab, dass 54% in einem Zeitraum von einem Jahr online einkauften, größtenteils in Onlineshops diverser Anbieters.[917] Jeder Dritte hat bereits Verträge im Internet abgeschlossen, wobei sich der Anteil seit 2009 nicht verändert hat.[918] Verbraucher aus Deutschland nutzten zu 78% E-Commerce – jeder Vierte hatte dabei Probleme, wovon am

[913] Obgleich die Informationsbeschaffung im Geschäft, zB durch persönliche Beratung, nach wie vor an erster Stelle rangiert.

[914] „Der Erfolg des Mediums war allerdings nicht überall gleich. Während E-Commerce-Strategien in Business-to-Business-Märkten für eine regelrechte Revolution gesorgt haben, beschränkt sich ihr Erfolg in Business-to-consumer-Märkten auf eine relativ überschaubare Anzahl von Nischen". Balderjahn/Scholderer (2007), S. 142

[915] „Diese Daten sind das Ergebnis einer Erhebung, die von Statistik Austria zum zehnten Mal in Österreich durchgeführt wurde." Vgl. Statistik Austria: IKT-Einsatz in Haushalten 2011 (2011), o. S.

[916] BMASK (2011), S. 102

[917] BMASK (2011), S. 115

[918] „Verträge im Internet werden häufiger von Männern abgeschlossen, sowie von Personen unter 40 Jahren, höher Gebildeten, Personen mit Kindern im Haushalt und Personen mit einem höheren HH-Nettoeinkommen ab € 3.001". Vgl. BMASK (2011), S. 102

häufigsten die Qualität der Produkte kritisiert wurde oder die bestellte Ware nicht ankam.[919] Nahezu jeder Dritte bekam ein vermeintliches „Gratisangebot" in Rechnung gestellt, jedoch haben nur die allerwenigstens die Rechnung auch tatsächlich bezahlt.[920]

„Die Verbraucher empfinden zwar zahlreiche Zugangsschwierigkeiten zum Internet, was sich jedoch nicht direkt auf die Bereitschaft zu einem Einkauf in der virtuellen Welt auswirkt. Man muss allerdings davon ausgehen, dass sie hemmend auf die Nutzungsintensität wirken".[921] Von Verbraucher zu Verbraucher kann die Nutzungshäufigkeit sehr unterschiedlich sein, Personen unter 45 Jahren weisen im Schnitt eine deutlich höhere Intensität auf. Gründe für die Nichtnutzung sind in erster Linie die fehlende technische Ausstattung, das Nichtvorhandensein einer Kreditkarte und eine hohe Risikoaversion betreffend Online-Transaktionen. „Je mehr Erfahrung ein Konsument mit Computern und dem Internet hat und je mehr Transaktionen er oder sie bereits erfolgreich über das Internet vorgenommen hat, desto wahrscheinlicher wird auch die Wahl des Internets als Medium für die nächste Transaktion".[922]

Die Erhebung des Verbrauchermonitors kam zu dem Schluss, Verbraucher geben deutschen Anbietern klar den Vorzug, da ihnen hier mehr rechtliche Sicherheit bei eventuellen Problemen gegeben zu sein scheint. Auslandsbestellungen per Telefon oder Internet tätigen hingegen die wenigsten.[923] „Wenn doch im Ausland bestellt wurde, sind bei der überwiegenden Mehrheit allerdings keine Probleme aufgetreten".[924] Man stellte dennoch generell eine hohe Unzufriedenheit im Bereich „Telefon und Internet" fest.[925] Österreichische Verbraucher hatten zu 92% keine Probleme beim Einkauf im Internet.[926] Ebenso die vorliegende Erhebung zeigt, Verbraucher haben bis auf vereinzelte Schwierigkeiten mit Onlineanbietern durchwegs positive Erfahrungen machen können. „Der oft wichtigste Faktor bei der Entscheidung für das Internet ist der erwartete Bequemlichkeitsgewinn".[927] Als große Vorteile sieht man die bequeme und einfache Abwicklung, die gewonnene Zeitersparnis, die große Auswahlmöglichkeit, die Vergleichsmöglichkeiten, die Zugänglichkeit von Informationen und Kosteneinsparungen, sowie Preisvorteile. Laut dem KonsumentInnen-Barometer sehen österreichische Verbrauchen den größten Vorteil in der Möglichkeit von leichteren Preisvergleichen (für 42% trifft diese Aussage sehr zu und für 21% eher), dicht gefolgt vom größeren Angebot und der Zeitersparnis.[928]

---

919 Meist wurde die Ware defekt oder gar nicht geliefert. Vgl. Plock/Müller (2010), S. 35

920 Vgl. Plock/Müller (2010), S. 33

921 Bauer/Sauer, in: Wiedmann et al. (2004), S. 53

922 Balderjahn/Scholderer (2007), S. 145

923 „Nur 7% der bayerischen Verbraucher haben bislang per Telefon oder Internet bei einem ausländischen Anbieter bestellt". Plock/Müller (2010), S. 50

924 Plock/Müller (2010), S. 51

925 Vgl. Plock/Müller (2010), S. 4

926 Vgl. BMASK (2011), S. 118

927 Balderjahn/Scholderer (2007), S. 144

928 Vgl. BMASK (2011), S. 109

Nachteilig sieht man im Wesentlichen neben der oftmaligen Voraussetzung einer Kreditkarte und der fehlenden Begutachtungsmöglichkeit der Ware vor dem Kauf allem voran die fehlende Sicherheit, bzw. die Gefahr des Betrugs und des Datenmissbrauchs. Das Internet birgt großes und wachsendes Verunsicherungspotential.[929] Für knapp die Hälfte der Österreicher, die bereits Verträge im Internet abgeschlossen haben, ist es sehr bedeutend, ob man mit einem bekannten/renommierten Anbieter einen Vertrag abschließet. „Als besonders vertrauenswürdig schätzen Konsumenten Anbieter ein, mit denen bereits eine zufrieden stellende Kundenbeziehung besteht. Vollkommen unvertraute Anbieter, für die nicht einmal Empfehlungen aus dem Bekanntenkreis oder aus Testzeitschriften eingeholt werden können, gelten als nicht vertrauenswürdig“.[930]
Noch bedeutsamer ist die Art der Zahlung.[931] Betrugsfälle bei eBay und anderen Auktionshäusern nahmen zwischen 2007 und 2010 deutlich zu (von 2 auf 12%).[932] Bayerische Internetnutzer halten die mögliche Gefahr durch Ausspionieren, untergeschobene Verträge und den möglichen Zugriff auf Bankkonten für besonders risikoreich.[933] Um derartige Vorkommnisse möglichst zu vermeiden, erscheint es ratsam, sich an Gütesiegeln zu orientieren, allerdings sind solche nur einem Fünftel der Onlinekäufer geläufig.[934] Gegen die „Gefahren von außen“ versucht man sich mittels Virenschutzsoftware, Virenscanner, Firewall, Spamfilter und Sicherheitseinstellungen zur Wehr zu setzen.[935] Spam-Nachrichten werden zwar wahrgenommen, man bringt diese aber meist nicht mit einem bestimmten Online-Anbieter in Verbindung und fühlt sich davon auch nicht übermäßig gestört, zumal man ihnen heutzutage mittels Spam-Filter und Ersatz-Email-Adressen vorbeugen kann. Vermutlich zusätzlich auch aufgrund von Gewöhnungseffekten dürfte die empfundene Belästigung in dieser Hinsicht seit 2007 drastisch zurückgegangen sein.[936]

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen

„Der virtuellen Einkaufsstätte Internet kann ein enormes Potential für die Zukunft attestiert werden“.[937] „Die Bedeutung des Internets wächst stetig, dabei ist durchaus noch Spielraum nach oben vorhanden“.[938] Es ist stark davon auszugehen, dass der Trend zu Online-Transaktionen weiter zunehmen wird. Nach wie vor bringt das Internet zahlreiche Risiken für Konsumenten mit sich. Aus diesem Grund erscheint es essenziell, sie bei Internetverträgen ganz besonders zu schützen und die relativ hohe

929 Vgl. Plock/Müller (2010), S. 28
930 Balderjahn/Scholderer (2007), S. 145
931 Vgl. BMASK (2011), S. 108
932 Vgl. Plock/Müller (2010), S. 36
933 Vgl. Plock/Müller (2010), S. 4 und 32
934 „Am bekanntesten ist dabei das ‚TÜV safer shopping‘. Unter den Kennern dienen diese meist als eine Orientierungshilfe unter mehreren Entscheidungskriterien.“ Vgl. Plock/Müller (2010), S. 39
935 Vgl. Plock/Müller (2010), S. 42
936 Vgl. hierzu Plock/Müller (2010), S. 32
937 Bauer/Sauer, in: Wiedmann et al. (2004), S. 54
938 Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 603

Verunsicherung im Umgang mit diesem doch noch jungen Medium entsprechend zu minimieren. „Hier ist eine vertrauensbildende Gesetzgebung mit klaren Informationen erforderlich“.[939] In besonderem Maße sind hier die Sozialpartner – vorrangig natürlich der Konsumentenschutz – gefragt. Die Untersuchung zeigt, dass sich Konsumenten bei allfälligen Problemen durchaus an Institutionen des Konsumentenschutzes wenden und mit den offerierten Lösungsvorschlägen letzten Endes auch zufrieden sind.[940] Das Internet hält eine Vielzahl von Möglichkeiten bereit, Verbraucher in Konsumentenschutzfragen mit Informationen zu versorgen und Hilfestellungen anzubieten. So gibt es beispielsweise (wie auch im Lebensmittelbereich) Zertifikate, die gewisse Sicherheitsstandards und Vertrauenswürdigkeit verbriefen sollen. An und für sich eine sehr positive Sache, nur sollte bei einer Vielzahl unterschiedlicher Siegel und Zertifikate gewährleistet sein, dass die Anforderungskriterien entsprechend kommuniziert werden und die Übersicht für den Konsumenten aufrecht erhalten bleibt. Zum jetzigen Zeitpunkt ist dies noch nicht ganz der Fall.

5.2.4 Bedienung von Geräten und Nutzung von Zusatzfunktionen

Hinsichtlich der Inbetriebnahme der letzten größeren Anschaffungen hatten die befragten Konsumenten kaum nennenswerte Probleme. Für den Fall, dass die Inbetriebnahme sich etwas aufwendiger oder komplexer gestaltete, waren Fachkräfte oder soziales Kapital (Freunde, Verwandte, Bekannte) vorhanden.[941]
Was die eigentliche Bedienung der Geräte betrifft, so kam man in der Studie „Konsumenten 2008“ zu dem Schluss, Frauen, ältere Menschen und Verbraucher mit niedrigerem Einkommen haben hier häufiger Probleme.[942] Hinter der Abnahme der auftretenden Probleme wird die gesunkene Nutzung von Zusatzfunktionen vermutet.[943] Heutzutage beschränkt sich etwa jeder Zweite eher auf die vorhandenen Basisfunktionen, während die andere Hälfte die Funktionen etwas genauer erkundet und zumindest nach Bedarf verwendet. Häufig wird argumentiert, die verfügbaren Features werden bereits bei der Kaufentscheidung berücksichtigt und man wähle ohnehin keine Geräte mit nichtbenötigten Funktionen aus. Nicht immer ganz klar ist einigen Verbrauchern die Sinnhaftigkeit so mancher Zusatzfunktionen. Genutzt werden jene Features deutlich häufiger von Jüngeren und etwas stärker auch von gebildeteren und einkommensschwächeren Menschen. Ein niedrigeres Einkommen dürfte dazu drängen, die Selektion sorgfältiger vorzunehmen. Anders als die Vorgängerstudie kam die Pilotuntersuchung nicht zu dem Schluss, dass Frauen generell Zusatzfunktionen weniger nutzen. Sieht man sich den Aspekt des Geschlechts genauer an, erkennt man lediglich eine Nichtnutzung bei jüngeren Frauen unter 30 und Männern über 50.

939 Plock/Müller (2010), S. 4
940 Vgl. Kapitel 4.5, S. 81f
941 Auf das Sozialkapital wird in den Abschnitten 2.1.7 und 5.5 näher eingegangen.
942 Vgl. Kollmann (2008), S. 32
943 Vgl. Kollmann (2008), S. 33 und 45

5.2.5 Erfahrungen mit Bedienungsanleitungen

„Viele Beispiele für unverständliche Marketingkommunikation finden sich in Gebrauchsanweisungen. […]Verständlichkeit ist einer der am meisten vernachlässigten erfolgsbestimmenden Faktoren der Marketingkommunikation“.[944] Falls bei der letzten größeren Anschaffung eine Anleitung vorhanden gewesen ist, so wurde diese von zwei Drittel gelesen, wovon knapp jeder Zweite die Anleitung nur sporadisch überflog. Der Rest sah es nicht als Notwendigkeit, sich damit zu befassen – 10% haben grundsätzlich kein Interesse an Bedienungsanleitungen. Als mangelhaft und teils problematisch wertet man umständliche Beschreibungen, zweideutige Formulierungen, nichtssagende Abkürzungen und unverständliche Fachausdrücke. Mehrfach wurde zwar der Wunsch nach verständlicheren, detaillierteren Erklärungen geäußert, andererseits möchte man nicht allzu viel Zeit mit dem Lesen verbringen und hätte als Konsequenz dessen lieber kürzere, prägnantere Erläuterungen. Speziell bei Montageanleitungen sind anschauliche graphische Illustrationen in hohem Maße erwünscht. Bis 2008 häuften sich die Probleme eher bei Frauen und Älteren und waren quasi bildungsunabhängig.[945] Nach der Auswertung der Transkripte zur Pilotuntersuchung lassen sich weder nach Alter, noch nach Geschlecht oder anderen soziodemographischen Merkmalen signifikante Unterschiede feststellen.[946] Augenscheinlich ist bestenfalls, dass umso eher Schwierigkeiten auftraten, je genauer man sich mit der Anleitung auseinandersetzte.

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:
An dieser Stelle ist es wenig sinnvoll, eine pauschale Empfehlung für die Gestaltung von Bedienungsanleitungen abzugeben. Die Erwartungen fallen je nach Produkt höchst unterschiedlich aus, so hat man an eine Aufbauanleitung für ein Küchenregal andere Anforderungen als beispielsweise an eine Betriebsanleitung für ein technisches Gerät oder gar einen Pkw. Je nach Produktart und Komplexität des Produktes variiert auch der Zeitaufwand, den man bereit ist in die Anleitung zu investieren. Hier ist schlussendlich der gesunde Menschenverstand der Anbieter/Hersteller gefragt. Beschreibungen sollten für die breite Masse nachvollziehbar, verständlich und vom Umfang her zweckmäßig sein. Ist dies nämlich nicht der Fall, schrecken die Verbraucher eher vom Lesen der Anleitungen zurück und werden infolgedessen auch mehr Probleme mit dem Produkt haben und als Konsequenz unzufriedener sein.[947]

[944] Trommsdorff (2004), S. 298

[945] Vgl. Kollmann (2008), S. 31f

[946] Auch in der Voruntersuchung zur Studie „Konsumenten 2004“ waren keine signifikanten Unterschiede nach dem Geschlecht ersichtlich, allerdings gelangte man damals zu der Erkenntnis, jüngere Verbraucher (unter 35) kommen etwas besser mit den Anleitungen zurecht. Vgl. Simperl (2003), S. 12

[947] Dass sich dies dann negativ auf die Markenwahrnehmung und Wiederverkaufsrate auswirkt, dürfte klar sein.

5.2.6 Haltbarkeit, Lebensdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Nach den Fremdeinschätzungen der Befragungspersonen zu urteilen, sind knapp drei Viertel der Österreicher mit der Haltbarkeit ihrer Konsumgüter doch recht zufrieden. Nur jeder Fünfte nimmt hinsichtlich dessen eine allgemeine Unzufriedenheit wahr. In der Piloterhebung vor acht Jahren kam man zu dem umgekehrten Schluss. Damals schätzten Konsumenten die Zufriedenheit des sozialen Umfeldes noch als weit geringer ein: 60% für „halten zu wenig lange“ und 33% für „halten lange genug“.[948] Auch 2005 war die Unzufriedenheit noch weit ausgeprägter als die Zufriedenheit.[949] Offenbar erfolgte ein Umdenken in den letzten Jahren. Eine mögliche Ursache dafür könnte sein, dass Verbraucher die Lebensdauer eines Konsumgutes mittlerweile realistischer einschätzen können und sich dementsprechend besser daran anpassen. Oft wurden qualitativ minderwertigere Produkte angesprochen, bei denen man von vornherein mit keiner sehr langen Haltbarkeit rechne. Dies legt den Schluss nahe, man setze im Zuge des höher werdenden Anteils von kurzlebigeren Produkten eine immer niedrigere Erwartung in die Lebensdauer eines Produktes und etabliere fortwährend eine gewisse „Wegwerfmentalität“. Denkbar ist es auch, dass Konsumenten durch die zunehmende Schnelllebigkeit der Alltagsrealität unkritischer geworden sind.

Etwas entkräftet wird diese These im Zuge des Soll-Ist-Vergleichs der Produktlebensdauer, denn diese deutet doch eher auf eine überwiegende Unzufriedenheit hin, zumindest wenn man die Soll-Ist-Werte miteinander vergleicht. Die angegebenen Soll-Lebensdauern sind in jeder Produktgruppe systematisch höher als die Ist-Lebensdauern.[950] 2003 errechneten sich für die einzelnen Produktgruppen sehr ähnliche Werte.[951] Abweichungen zwischen Soll- und Ist-Werten ergeben sich im Schnitt von etwa drei bis sechs Jahren. Übereinstimmungen gibt es am häufigsten bei Einrichtungsgegenständen, Pkw und Bekleidung, am seltensten bei Fernsehern, Computern und Haushaltsgeräten. Schuhe und Mobiltelefone liegen dazwischen. Für die Interviewteilnehmer gestaltete es sich als schwierig, konkrete Lebensdauern in Jahren anzugeben, denn man argumentierte, dies hänge stark von Faktoren wie dem konkreten Produkt, der Nutzungshäufigkeit, der Pflege und der Produktqualität ab. Vorhin angesprochene Wegwerfmentalität wird dann doch durch die häufig auftretenden Aussagen belegt, welche besagen „die Haltbarkeit brauche eigentlich gar nicht so hoch sein, da man nach einer gewissen Zeit ohnehin wieder etwas Neues möchte“. Auf Konsumgüter, die Modeerscheinungen unterliegen, ein Ausdruck der persönlichen Identität sind oder einen gesellschaftlichen Status vermitteln, trifft das besonders stark zu, analog auch auf Produktgruppen, die einen kontinuierlichen

[948] Simperl (2003), S. 6
[949] 26% zufrieden, 68% unzufrieden. Vgl. Simperl (2005), S. 24
[950] Für eine genauere Aufarbeitung der erhobenen Daten vgl. S. 87ff
[951] Vgl. Simperl (2003), S. 7f

technischen Wandel vollziehen.[952] „Im Vordergrund von Kaufentscheidungsinteressen stehen heute Faktoren wie Prestige, Individualität, Erlebnisintensität und Kompensation innerer Defizite, mit der Folge nach einem unaufhörlichem Streben nach immer neuen und moderneren Konsumgütern“.[953] Technisch veraltete Produkte möchte man in bestimmten Intervallen durch aktuellere Geräte ersetzen, unabhängig der tatsächlich möglichen Nutzungsdauer. Alleine deswegen werden Produzenten wenig Anreiz haben, die Lebensdauer ihrer Produkte weiter nach oben zu schrauben.

Fragt man die österreichische Bevölkerung nach Konsumgütern, mit deren Langlebigkeit sie vergleichsweise sehr zufrieden waren oder sind, so werden am häufigsten Haushaltsgroßgeräte – insbesondre Waschmaschinen und Geschirrspüler – genannt, an zweiter Stelle Fernsehgeräte und motorisierte Fahrzeuge. Über eine deutlich zu geringe Haltbarkeit klagt man bei Mobiltelefonen, diversen Kleingeräten, aber auch wiederum bei Fernsehgeräten und vereinzelt auch bei Haushaltsgroßgeräten.[954] Klar hervor geht, dass man an „Billigmarken“ keine sonderlich hohen Ansprüche stellt und im Extremfall sogar begeistert ist, wenn die tatsächliche Nutzungsdauer die niedrigen Erwartungen übertrifft.

Bedingt durch eine hohe Zufriedenheit mit einem Produkt und die Gewöhnung daran etablieren sich Liebhaberwerte. So kommt es dann, dass die Lebensdauern von Konsumgütern bei Erreichen des Endes der Haltbarkeit in eben diesen Situationen von den Verbrauchern vorzugsweise durch Reparaturen verlängert gesehen werden wollen. Eine überwältigende Mehrheit spricht sich deutlich für die Notwendigkeit zur leichteren Reparierbarkeit von Konsumgütern aus.[955] Argumentiert wird jene dringliche Notwendigkeit primär aus ökologischen Gegebenheiten, ergo: man sieht dahinter eine enorme Umweltbelastung, sowie Ressourcenverschwendung. Laut einer Erhebung der AK erkannten im Jahr 2005 von 1.000 Befragten 80% einen leichten (51%) oder sogar starken (29%) Zusammenhang zwischen der Lebensdauer von Produkten und dem Umweltschutz.[956] In der Praxis dürften bei anstehenden Reparaturen jedoch ökonomische Faktoren mindestens ebenso bedeutend sein, wenn nicht sogar noch weit bedeutsamer, denn in den meisten Fälle wird die Bemerkung geäußert, eine Reparatur außerhalb der Garantiezeit kommt in der Regel teurer als eine Neuanschaffung. Zumal auch für den Hersteller innerhalb der Garantiezeit die Reparatur zumeist mehr Kosten nach sich zieht, als das entsprechende Produkt kurzerhand zu ersetzen, ist anzunehmen, dass sich an der Instandhaltbarkeit von Konsumgütern künftig nichts gravierend zum Besseren ändern wird. In diese Richtung

[952] Anmerkung: „Eine Modeerscheinung ist eine sehr kurzlebige Mode, die normalerweise nur von relativ wenigen Menschen übernommen wird“. Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 512

[953] Stihler, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 170

[954] Im Bericht zur Voruntersuchung „Konsumenten 2004“ finden sich ermittelte Durchschnittswerte für positive wie negative Lebensdauern (30,3 und 2,3 Jahre) undifferenziert nach Produktarten. Dabei ist höchst fraglich, wie sinnhaft derart wenig aussagekräftige Durchschnittswerte sind. Vgl. Simperl (2003), S. 9f

[955] Vgl. hierzu auch Simperl (2003), S. 9

[956] Vgl. Kollmann/Simperl (2006), S. 14

geht insgesamt die Verbrauchereinschätzung bezüglich der längerfristigen Entwicklung in diesem Bereich. Soweit man es wagen möchte dies aus den Transkripten herauszulesen, so ist die subjektiv empfundene Notwendigkeit hin zu reparaturfreundlicheren Produkten aber viel eher eine verbal artikulierte Einstellung, die zudem vermutlich noch mit einem hohen Maß an sozialer Erwünschtheit behaftet ist, anstatt eines ernsthaft dringlichen Anliegens. Obendrein scheinen sich die Verbraucher nicht dazu in der Lage zu sehen, mit ihren kumulierten Kaufentscheidungen über kurz oder lang eine grundlegende Veränderung der Marktgegebenheiten herbeizuführen. Schlussendlich sollten die Märkte gemäß dem Konzept der Konsumentensouveränität jedoch so verfasst sein, „dass die Anbieter sich so verhalten können, dass die Konsumenten zu Kaufentscheidungen befähigt werden, durch die sie die Produktion gemäß ihren Bedürfnissen steuern“.[957]

5.3 Einstellungen zur Werbung und Beeinflussung durch Werbestrategien

„Unter Werbung versteht man die beabsichtigte Beeinflussung von marktrelevanten Einstellungen und Verhaltensweisen ohne formellen Zwang, unter Einsatz von Werbemitteln und technischen Medien“.[958] Anders ausgedrückt definiert sich die Werbung als „versuchte Einstellungs- und Verhaltensbeeinflussung mittels besonderer Kommunikationsmittel“.[959]
Gegenüber Werbemaßnahmen sind Österreicher dem Anschein nach sehr kritisch eingestellt.[960] Als lästig empfinden sie nicht nur deren Allgegenwärtigkeit, sondern vielfach auch das „niedrige Niveau“ und die offensichtlichen Versuche der Werbeindustrie, ihre jeweiligen Zielgruppen mit unterschwelligen Tricks/Methoden gezielt zu manipulieren.[961] Auch die Voruntersuchung im Jahre 2003 kam zu einer überwiegend negativen Haltung gegenüber Werbemaßnahmen, wobei sich die Jüngeren etwas weniger negativ äußerten.[962] Werbung kann informativ, emotional oder gemischt (informativ und emotional) sein.[963] Unterhaltungswert sehen die befragten Verbraucher kaum dahinter, am ehesten ist das noch bei Frauen der Fall. Spricht man die Bürger auf ihre Einstellung zur Werbung an, so wird größtenteils zwar Protest und Verstimmung bekundet, trotzdem scheint man sie längst im Alltag zu akzeptieren, obwohl sie über die Jahre hinweg „massiver, breiter und allgegenwärtig in der Lebenswelt wurde“.[964] Vielfach wird die Werbeflut gewissermaßen als notwendiges Übel der Marktwirtschaft angesehen, womit man kurzerhand leben zu lernen habe,

[957] Vgl. v. Bömmel (2003), zitiert nach: Scherhorn (2005), S. 5f
[958] Schweiger/Schrattenecker (2005), S. 109, zitiert nach: Balderjahn/Scholderer (2007), S. 194
[959] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 628
[960] „Die Einstellung zur Werbung wird als die Veranlagung definiert, in einer bestimmten Situation der Konfrontation positiv oder negativ auf einen bestimmten Marketingstimulus zu reagieren“. Solomon/Bamossy/Askegaard (2001), S. 158
[961] Anmerkung: Die Medienwirksamkeitsforschung weist darauf hin, dass vorhandene Einstellungen, Werte und Normen eher verstärkt als direkt erzeugt werden. Vgl. vor allem Wiswede, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 63
[962] 40% äußerten Positives über die Werbung, 60% Negatives. Vgl. Simperl (2003), S. 18f
[963] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 637
[964] Vgl. Kollmann/Unger (2010), S. 29

weil es vermeintlich „eh nichts bringe, sich dagegen zu wehren“. Ablehnend reagiert man nichtsdestotrotz auf passive Werbeinformationen, vorzugsweise möchte man im Bedarfsfall lieber selbständig Informationen über Produkte und Angebote einholen. Werbung kann durch die von ihr gebotenen Informationen prinzipiell „das Entscheidungsfeld der Konsumenten bereichern. Das gilt insbesondere dann, wenn Konsumenten aktiv nach Informationen suchen“.[965] „57% informieren sich vor Kaufentscheidungen in zugesandten Werbeprospekten und die Hälfte in Tages- oder Wochenzeitungen. 46% lesen Konsumenten- bzw. Fachzeitschriften und 44% informieren sich zumindest gelegentlich über das Radio bzw. Fernsehen“.[966] Weltweit gesehen ist das Verbrauchervertrauen laut einer 47 Länder umfassenden Erhebung von Nielsen hinsichtlich Zeitungen sowie Kundenempfehlungen in Form von Mund-zu-Mund-Propaganda und Onlinebewertungen am höchsten.[967] „Mund-zu-Mund-Werbung der Konsumenten untereinander ist wirkungsvoller, als die über Massenmedien gestreute Werbung“.[968] Fernseh- und Radiowerbung liegt bei 56 bzw. 54%, während das Vertrauen in Internetwerbung vergleichsweise eher gering ausfällt, wie aus Abbildung 19 ersichtlich ist. Europäer haben generell weniger Vertrauen in die Werbung als Latein- und Nordamerikaner. Das durchschnittliche Verbrauchervertrauen der Österreicher betreffend Werbeträger liegt bei 38%, womit sie zusammen mit den Deutschen, Italienern und Dänen zu den Schlusslichtern zählen.[969]

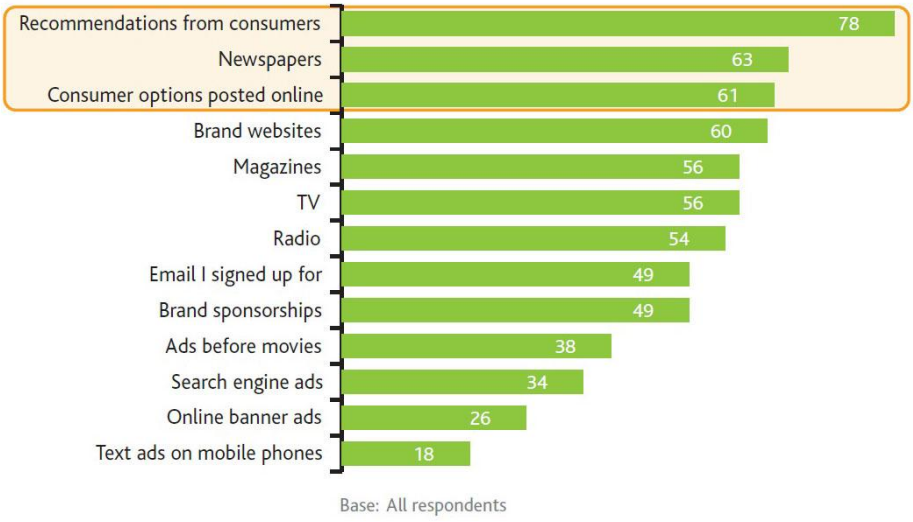

Abb. 19: Verbrauchervertrauen hinsichtlich Werbeträgern (47 Länder umfassend)

Quelle: Nielsen: Vertrauen in Werbung (2007), http://at.nielsen.com/pubs/documents/TrustinAdvertisingOct07.pdf

Unabhängig von der Kontaktart fühlen sich drei Viertel der Österreicher durch die

965 Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 632
966 BMASK (2011), S. 102
967 Vgl. Nielsen (2007), S. 1
968 Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 542
969 Vgl. Nielsen (2007), S. 2

Kontaktaufnahme zu Werbezwecken belästigt.[970]

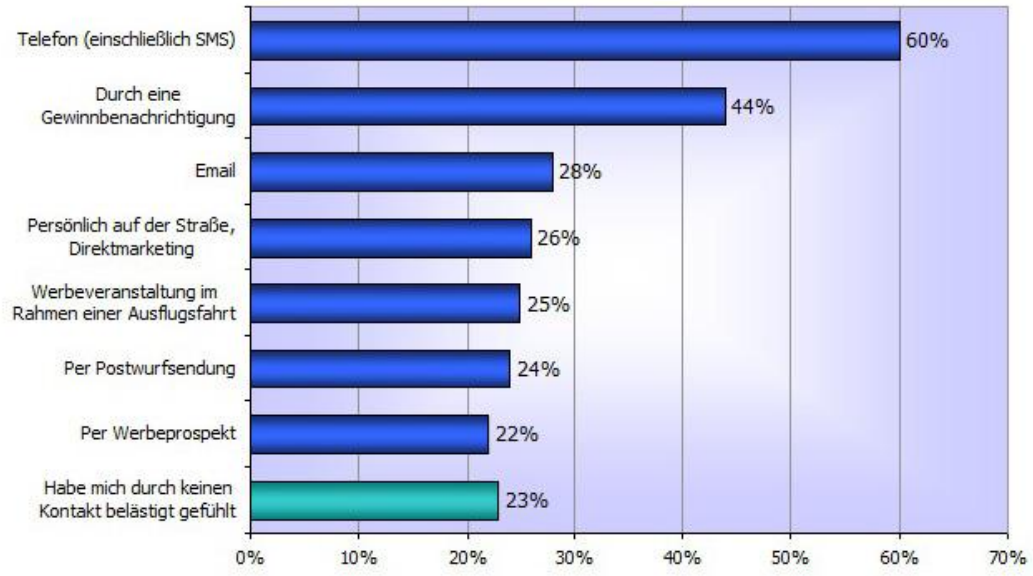

Abb. 20: Empfundene Belästigung durch Kontaktaufnahme zu Werbezwecken

Quelle: BMASK: KonsumentInnen-Barometer Chartsbericht (2011), S. 188

Wie Abbildung 20 verdeutlicht, fühlen sich österreichische Bürger am häufigsten von telefonischen Werbeanrufen und Gewinnbenachrichtigungen belästigt. In Deutschland erhalten Verbraucher mindestens einmal im Monat unerwünschte Anrufe zu Werbezwecken via Festnetz oder Mobilfunk, etwa jeder Zehnte sogar mehrmals pro Woche.[971] Hierzulande haben Konsumenten das Gefühl, in der Finanzdienstleistungs- und Telekommunikationsbranche wird am unseriösesten geworben, immerhin jeder Dritte vermutet dies auch im Lebensmittel- und Elektronikbereich.[972]

Abbildung 20 zeigt, dass sich 24% der Österreicher von Postwurfsendungen gestört fühlen. Während der Piloterhebung beanstandete man die Fülle an für den persönlichen Gebrauch größtenteils wenig relevanten Werbematerials, sowie die damit einhergehende Ressourcenverschwendung.
Es hat sich gezeigt, dass Werbematerial aus dem Briefkasten sehr wohl bei der Kaufentscheidung berücksichtig wird, zumal man sich auf diesem Wege zum Teil über Angebote informiert. Als Motiv gibt man die damit verbundene Geldersparnis an, weshalb verstärkt Personen mit niedrigerem Haushaltseinkommen Prospekte bei den Einkäufen des täglichen Bedarfs berücksichtigen, tendenziell aber auch eher ältere Frauen und Personen, die den Einkäufen im Supermarkt positiver gegenüber eingestellt sind und sich auch mehr Zeit dafür nehmen.

970 Vgl. BMASK (2011), S. 183

971 Plock/Müller sind der Ansicht, unerwünschte Werbeanrufe stellen trotz der geänderten Gesetzeslage in Deutschland ein weit verbreitetes Problem dar, weswegen hier stärker auf die Einhaltung der geltenden Gesetze und deren Umsetzbarkeit geachtet werden sollte. Vgl. Plock/Müller (2010), S. 5 und 49

972 Vgl. BMASK (2011), S. 190

Plakatwerbung ist man vergleichsweise neutral gegenüber eingestellt. Ob sie nun bewusst ignoriert oder unbewusst wahrgenommen werden, kaum jemand sieht sie als Informationsquelle. Uneinig ist man sich, inwieweit sie das Stadtbild verschandeln oder ansprechender gestalten, dennoch äußerte man in Einzelfällen den Einwand, sie würden im Straßenverkehr ein irritierendes Element darstellen.

Werbeeinschaltungen im Fernsehen werten die Befragungspersonen als besonders lästig, insbesondre in Form von Werbeunterbrechungen während eines Filmes/Fernsehprogrammes. Davon fühlen sich viele sogar derart belästigt, dass in diesem Fall unverzüglich der Kanal gewechselt wird. Einige wenige räumen ein, sich ab und zu von witzigen Werbespots unterhalten zu fühlen. Wo Postwurfsendungen für die Konsumenten teilweise noch informativen Charakter aufweisen, erkennen sie am Medium der Fernsehwerbung subtile, unterschwellige Manipulationsversuche.

Generell sehen Verbraucher eine potentiell sehr hohe Einflussnahme von Werbeträgern ausgehend. Nahezu jeder nimmt eine derartige Beeinflussung wahr, so meint zB jeder Zweite, er würde jemanden persönlich kennen, der mindestens einmal etwas aufgrund von Werbemaßnahmen gekauft hätte, jeder Vierte nennt dabei sich selbst als Beispiel. Nur die wenigsten sehen sich als gänzlich unempfänglich. In der Voruntersuchung „Konsumenten 2004“ meinte noch jeder Dritte, Werbestrategien würden bei ihm keine Wirkung erzielen, jedoch waren auch damals 83% von der allgemeinen Wirksamkeit überzeugt.[973] Knapp fünf Jahre danach haben 85% den Eindruck, dass im sozialen Umfeld sehr oft oder zumindest manchmal Produkte gekauft werden, auf die im Rahmen von Werbemaßnahmen aufmerksam gemacht wurde.[974] Als leichter beeinflussbar werden gegenwärtig eher jüngere Menschen gesehen, genauer gesagt Kinder und Jugendliche, da ihnen nach weitverbreiteter Meinung noch die Lebenserfahrung fehle und sie sich stärker über Konsumgüter und Marken definieren. Verbrauchererhebungen der AK Wien zeigten in den letzten drei Jahrzehnten, dass konstant über 80% der befragten Personen meinten, Kinder wären stark oder sehr stark von Werbung beeinflusst.[975] „Der Einfluß von Werbung und Marketing – sowohl auf Kinder wie auf den Bekanntenkreis – wird als hoch empfunden, ebenso der soziale Druck zum Konsum“.[976] Offenbar hat diese Einschätzung in den letzten Jahren noch weiter zugenommen. Anbei hält man teilweise auch Frauen, Ältere und Personen mit weniger Bildung für empfänglicher. Erwachsenen, die sich leicht von der Werbung überzeugen lassen, kann dies als Charakterschwäche ausgelegt werden.[977]

[973] Vgl. Simperl (2003), S. 19f

[974] Seit 1982 haben sich hierbei in Summe nur geringfügige Änderungen ergeben. Vgl. Kollmann (2008), S. 16

[975] Vgl. Kollmann (2008), S. 14

[976] Kollmann (2008), S. 40

[977] Anmerkung: „Kinder und Frauen sind oft die ‚Anreger‘ in der Familie. Von ihnen stammen die ersten Initiativen und Wünsche, die eine Familienentscheidung auslösen und zu einem Kauf führen“. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 506

Mit welchen Methoden arbeitet nun die Werbebranche zur absatzzielgerichteten Einflussnahme auf Zielgruppen?[978] Nach Auffassung der Verbraucher ist das Generieren von Wünschen, Bedürfnissen und Sehnsüchten mittels emotionalisierenden Bildern, Klängen und Botschaften zu diesem Zweck äußerst effektiv, allem voran dann, wenn eine hohe Reichweite und Wiederholungsrate damit zusammenspielen.[979] Von Aufdringlichkeit, Provokation, Täuschung und Tatsachenverschleierung ist ebenso häufig die Rede.

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:
Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich Verbraucher von Werbung tendenziell eher belästigt denn informiert fühlen und nur in seltenen Ausnahmefällen unterhalten. Als über die Maßen störend wertet man die Aufdringlichkeit und Omnipräsenz von Werbeträgern, wobei nichts darauf hindeutet, dass sich Marketingabteilungen insgesamt in den nächsten Jahren in diesem Sinne zurücknehmen werden. Werbung mag im Alltag zwar auf breite Akzeptanz stoßen, da ihr gesamtwirtschaftlich gesehen eine Daseinsberechtigung zugesprochen wird, wenngleich ihr Konsumenten mit einem gewissen Maß an Skepsis entgegentreten. Glaubwürdigkeit und Redlichkeit von Werbebotschaften werden als gering erachtet, nicht aber deren Potential zur maßgeblichen Einflussnahme auf den Kaufentscheidungsprozess. Kurz gesagt: so wenig Vertrauen man den Inhalten der Werbung verbal ausspricht, so sehr ist man allerdings von deren Wirksamkeit und dem davon ausgehenden Konsumdruck überzeugt.

Die gezielte und wirkungsvolle Anwendung der in Abschnitt 2.1.4 erwähnten Techniken stellen nach Schorn eine Verletzung der Freiheit und Persönlichkeitsrecht von Konsumenten dar.[980] Verbindliche rechtliche Grenzen hinsichtlich Marketingmethoden und -techniken müssten klar definiert und durchgesetzt werden.[981] Da es jedoch kaum Belege über die konkrete Wirksamkeit der Methoden gibt und Unternehmen nur einen sehr geringen Anreiz haben, ihre Forschungsergebnisse zu teilen, liegen bis dato keine triftigen Gründe vor, um gesetzlich einzuschreiten.[982] Eine große Mehrheit der Bevölkerung wünscht sich demgegenüber eine kritischere Stellungnahme zu Konsumfragen von politischen Akteuren und den Medien.[983] Schorn und Trommsdorff sind der Auffassung, einer missbräuchlichen Verwendung von Techniken der Verhaltensbeeinflussung kann durch Prozesse der Beeinflussungsabwehr theoretisch wirksam entgegengetreten werden, wenn Konsumenten Werbung als solche erkennen, darüber reflektieren und darauf

978 Für eine eingehendere Theoretische Auseinandersetzung mit dieser Frage, vgl. Abschnitt 2.1.4
979 Anmerkung: „Die quantitative Reichweite erfasst die Zahl der erreichten Personen, die qualitative Reichweite die Zusammensetzung und damit die Qualität der erreichten Personen“. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 646
980 Vgl. Schorn (2010), S. 11
981 Vgl. Trommsdorff (2004), S. 307
982 Vgl. Schorn (2010), S. 11
983 Vgl. Kollmann/Unger (2010), S. 28ff

aufbauend kognitive Gegenstrategien entwickeln.[984] Die dafür notwendigen Kenntnisse (wie zB die Nutzbarmachung von nichtbewussten Informationskapazitäten)[985] den Konsumenten zu vermitteln, könnten sich beispielsweise Institutionen des Konsumentenschutzes zur Aufgabe machen. Sinnvoll erscheint zu diesem Zwecke auch die bundesweite Implementierung einer aufschlussreichen, anwendungsorientierten Verbraucherbildung im Rahmen der Lehrpläne von öffentlichen und privaten Schulen. Nicht nur, da Kinder im Verlauf ihres Lebens selbständig Kaufentscheidungen treffen, sondern auch weil sie bei Familienentscheidungen aktiv als Interaktionspartner am Entscheidungsprozess teilnehmen und schließlich bis zu einem gewissen Grad die (Kauf)Entscheidungen ihrer Eltern beeinflussen.[986] Jüngere Kinder sind dahingehend noch nicht in der Lage, „Realität und Fiktion zu unterscheiden" und „erleben alle Umwelteindrücke wie reale, persönlich gemachte Erfahrungen", sprich: „sie empfinden alles, was sie in der Werbung sehen, als ‚Wahrheit'".[987] „Bereits in der frühen Kindheit können prägende Konsumerlebnisse stattfinden".[988] Mit zunehmendem Alter treten Verwechslungen der verschiedenen Realitätsebenen immer seltener auf.[989] Medien spielen außerdem eine zentrale Rolle bei der Etablierung von Jugendkulturen.[990] „Insbesondere besteht die Gefahr, durch die Werbung schon bei Kindern und Jugendlichen Konsumnormen zu verankern".[991]

Angesichts der enormen Anstrengungen des kommerziellen Marketings „Kinder zu beeinflussen, wird es wichtig, in Testzeitschriften und Verbraucherinformationen spezielle Teile für Kinder und jugendlichen Konsum vorzusehen".[992]

5.4 Verbraucherbildung und Bedeutung des Konsumentenschutzes

Nahezu jeder der Befragten vertritt die Ansicht, während der schulischen Ausbildung sollen Schülern ihre Rechte als Konsumenten sowie nützliches Verbraucherwissen

[984] Vgl. Trommsdorff (2004), S. 295 und Schorn (2010), S. 7; Anmerkung: Durch eine „Immunisierung" wird dagegen eine gefühlsmäßige Haltung erzeugt (eine Art „Trotzreaktion"), die dazu führt, dass der Konsument unabhängig von den tatsächlich vermittelten Informationen deutlich weniger beeinflusst werden kann. Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 702

[985] Vgl. Schorn (2010), S. 6

[986] Vgl. hierzu auch Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 505 und 669 sowie Kollmann (2010), S. 9; Anmerkung: „Es sind die Eltern, die dem Drängen der Kinder nach dem von der Werbung nahe gelegten Konsum nachgeben". Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 669

[987] „Das heißt: auch die durch Medien vermittelte Umwelt wird zunächst als Realität interpretiert". Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 459 und 488

[988] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 491; Anmerkung: „Die kulturellen Standards werden dem Kind teils durch die Massenmedien, insbesondere durch das Fernsehen, Internet und durch Bücher, geliefert, teils durch die Schule, durch Freunde und Eltern. Die Lehrer, Freunde und Eltern sind dabei als Sozialisationsagenten zu verstehen, die ihrerseits Standards aus der weiteren sozialen Umgebung aufnehmen und den Kindern in persönlichen Gesprächen selektiert und kommentiert werden". Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 658

[989] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 658

[990] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 663

[991] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 533

[992] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 506

vermittelt werden.[993] Sinnvoll erscheint dies für jeden dritten Befragten erst ab einer höheren Schulstufe, für jeden Fünften jedoch so früh wie möglich.
Was verstehen nun Erwachsene unter dem Schlagwort „Konsumentenschutz", bzw. welche Erwartungen und Anforderungen haben sie an Institutionen des Konsumentenschutzes und für wie kompetent halten sie sich bezüglich ihres Wissens rund um Verbraucherrechte?

Während sich ein Drittel der Stichprobe doch recht bewandert fühlt, was seine Rechte als Verbraucher angelangt, meint rund die Hälfte, auf diesem Gebiet eindeutig zu wenige Kompetenzen aufgebaut zu haben.[994] Die Generation zwischen 20 und 35 Jahren stellt hierbei mit Abstand am häufigsten ein Wissensdefizit bei sich selbst fest. Etwas optimistischer fielen die kumulierten Selbsteinschätzungen beim Konsumenten-Barometer aus: 6 von 10 Personen hatten das Gefühl, Ihre Rechte als Konsument gut zu kennen.[995]
In erster Linie erwarten sich österreichische Bürger Informationen, Auskünfte und fachliche Beratung in Konsumentenschutzbelangen auf Anfrage. Dazu gehört auch die Unterstützung gegen Unternehmen bei Betrugsfällen und diversen Streitigkeiten. Ferner zählt man auch die fachgerechte Kontrolle und Prüfung von Waren und Dienstleistungen inklusive anschließender Publikmachung zu den Aufgabenfeldern des Konsumentenschutzes. Spontan gefragt sehen Österreicher allem voran den Lebensmittelbereich als ganz besonders schützenswert. Überaus wichtig ist den Konsumenten entsprechender Schutz ebenso auf den Gebieten „Medikamente/medizinische Behandlung", „Versicherungen" und „allgemeiner Datenschutz". Nicht sehr viel anders gestaltet sich die Situation in Deutschland: „Essen und Trinken" ist aus Verbrauchersicht der mit Abstand wichtigste Bereich, in dem Verbraucherschutzpolitik ansetzen muss, während auf Rang 2 der seit der Finanzkrise schwerer einschätzbare Bereich „Finanzen und Versicherungen folgt".[996]
Für Urlaubsreisen werden von den Teilnehmern der Piloterhebung „Konsumenten 2012" in diesem Sinne im Schnitt etwas schlechtere Noten vergeben, da es für einige derzeit nicht oder nicht mehr so relevant ist. Sehr ähnlich begründet sich die verhältnismäßig sehr schlechte Bewertung des Konsumentenschutzes im Bereich der Haustürgeschäfte: auf der einen Seite wird erkannt, wie wichtig hier entsprechender Schutz von Verbrauchern ist, auf der anderen Seite äußert sich eine starke Ablehnung von Haustürgeschäften und somit auch eine sehr geringe persönliche Relevanz des Verbraucherschutzes in dieser Hinsicht. Betreffend der Notenvergabe für die subjektive Bedeutsamkeit lassen sich größtenteils nur vernachlässigbare Abweichungen hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen ablesen. Am auffälligsten sind die soziodemographischen Unterschiede bei den Zahlungsvorgängen

[993] Vgl. hierzu auch die Erhebung des Konsumenten-Barometers: 9 von 10 Personen halten es für richtig, wenn ihre Kinder in der Schule bereits lernen, welche Fähigkeiten sie später als Konsumenten benötigen werden. Vgl. BMASK (2011), S. 246
[994] Hier ging es rein um das subjektive Empfinden.
[995] Vgl. BMASK (2011), S. 247
[996] Vgl. Plock/Müller (2010), S. 4

betreffend Internet und Telefon, denn jüngere aber auch bessergebildete Verbraucher wollen hier in weit höherem Maß geschützt werden.
Nimmt man alle angesprochenen Bereiche der vorgelegten, geschlossenen Liste zusammen, vergeben die Probanden die Note 2 im Hinblick auf die subjektive Wichtigkeit. Jüngere, Männer, formal weniger Gebildete und Schlechterverdiener im Sinne des Pro-Kopf-Haushaltseinkommens vergeben im Vergleich etwas bessere Noten.[997] Seit der Jahrtausendwende nahm die durchschnittliche Bewertung der Konsumbereiche laut einer ähnlichen Erhebung in der Ausprägung „besonders wichtig" deutlich zu, was auf ein subjektiv höher eingestuftes Risikopotential im Gesamtangebot rückgeführt wurde.[998]
Ebenso in Deutschland hat der recht hohe Stellenwert des Verbraucherschutzes seit 2007 noch weiter zugenommen – fast drei Viertel der bayerischen Verbraucher halten den Schutz in Konsumfragen für sehr bis außerordentlich wichtig.[999]

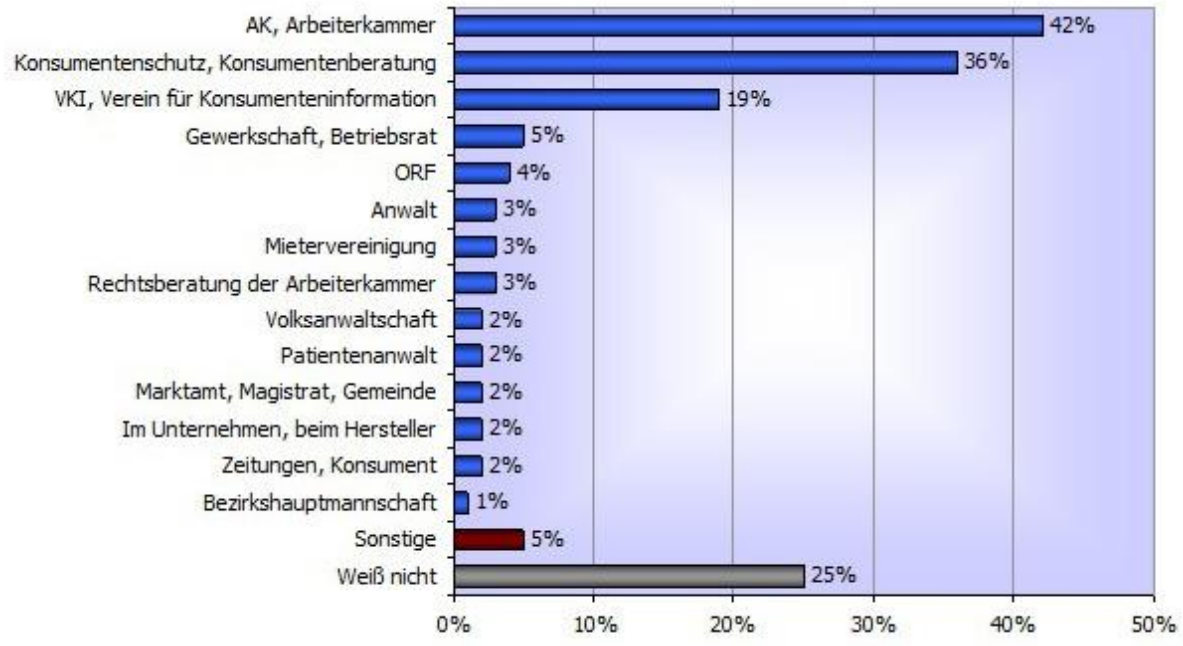

Abb. 21: Bekannte Beschwerdestellen für Konsumentenprobleme (offene Nennung)

Quelle: BMASK: KonsumentInnen-Barometer Chartsbericht (2011), S. 76

Konsumentenschutzvereine bieten spezifische Leistungen und Services an, darunter beispielsweise auch eine Verbraucherberatung auf Anfrage. Essenziell ist es dementsprechend, dass Verbraucher im Bedarfsfall über das Wissen verfügen, welche Möglichkeiten ihnen offenstehen, oder genauer gesagt: an welche Stellen sie sich mit

[997] Auch wenn ein direkter Vergleich mit der Studie „Konsumenten 2008" problematisch ist, aufgrund der differenzierten Darstellung der einzelnen Problembereiche, so ist dennoch erwähnenswert, dass damals „alle Bereiche von Frauen (außer Gebrauchtwagenhandel), den Älteren und höher Gebildeten über den Durchschnitt hinaus als etwas wichtiger bewertet wurden". Vgl. Kollmann (2008), S. 20

[998] Vgl. Kollmann (2008), S. 19f

[999] Vgl. Plock/Müller (2010), S. 13

ihren Anliegen gegebenenfalls wenden können. „Drei Viertel der ÖsterreicherInnen können ungestützt mindestens 1 Beschwerdestelle nennen“.[1000] Spontan kennen 42% die Arbeiterkammer als Beschwerdestelle für Konsumentenprobleme, aber auch der spontane Bekanntheitsgrad des VKI hat von 14% (2009) auf 19% zugenommen.[1001] Bei den Leitfadeninterviews nannten je die Hälfte die AK oder den VKI als Anlaufstelle und 10% den Rechtsanwalt/die Rechtsberatung oder den Ombudsmann. Jeder Sechste Befragte merkte an, im Zweifelsfalle im Internet oder Telefonbuch nachsehen zu wollen. Kenntnisse bezüglich Konsumentenschutzangelegenheiten hat sich jeder Dritte im Rahmen von Fernsehsendungen und jeder Zehnte über Bekannte angeeignet. Ein Viertel nahm bisher Kontakt mit Beschwerdestellen wie der AK oder dem VKI auf, ein Drittel hat sich jedoch noch nie über seine Konsumentenrechte informiert.[1002] Eine repräsentative Umfrage des BMASK ergab, dass 50% der Österreicher bereits Kontakt mit der einen oder anderen Beschwerdestelle hatten, davon 30% mit der AK und 14% mit dem VKI.[1003]

Abb. 22: Kontaktaufnahme mit Informations- und Beschwerdestellen in Konsumentenschutzfragen

Quelle: BMASK: KonsumentInnen-Barometer Chartsbericht (2011), S. 86

[1000] Vgl. BMASK (2011), S. 71

[1001] „Wobei v.a. Männer, Personen zwischen 30 und 49 Jahren, Personen mit tendenziell höherer Schulbildung, Berufstätige, Personen mit Kindern im Haushalt, Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen ab 2.001 €, Personen, denen ihre Rechte als KonsumentIn bekannt sind und tendenziell eher WestösterreicherInnen, die AK kennen. Die Bekanntheit ist seit 2009 etwas gestiegen, wo der Bekanntheitswert bei 39% lag“. Vgl. BMASK (2011), S. 71

[1002] Jene Personen, die einen Anruf bei der Arbeiterkammer oder dem VKI getätigt, oder sich dort persönlich bei einem Beratungsgespräch informierten, fühlten sich freundlich und kompetent beraten und hatten am Ende eine passende Lösung für ihr Problem. Vgl. Abschnitt 4.5, S. 81

[1003] Vgl. BMASK (2011), S. 72 und 86

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:
So wie es sich bereits bei den Gütesiegeln abzeichnete, gelangt man auch im Bereich der Verbraucherbildung und des Konsumentenschutzes zu einem ähnlichen Ergebnis: Verbraucher sind eher zögerlich, was die aktive Informationsbeschaffung betrifft.[1004] Oder um es mit Simperls Worten auszudrücken: „Im Zeitalter der Informationsüberflutung hat man Angst vor noch mehr Informationen".[1005] Was nun nicht heißen soll, Verbraucher würden von sich aus keine Initiativen setzen, ganz im Gegenteil: sollten sich individuelle Verbraucherprobleme auftun, sind Konsumenten sehr wohl dazu bereit und größtenteils auch in der Lage, sich Informationen und Unterstützung zu verschaffen. Es muss aber eben erst ein konkretes, dringliches „Problem" vorliegen, bevor der Durchschnittsverbraucher eine Notwendigkeit sieht, von sich aus aktiv zu werden. Die Bereitschaft zur präventiven Aneignung von Verbraucherkompetenzen dürfte relativ gering ausfallen, schließlich ist dies immer mit einem gewissen Zeitaufwand verbunden und Zeit scheint ein zunehmend knapperes Gut zu werden. „Andererseits bedeutet die Expansion der Informationsflut auch „information overload", d.h, daß Konsumenten verunsichert werden, weil man ja noch über weitere Informationen verfügen könnte, deren Wichtigkeit man von vornherein noch nicht einschätzen kann – eine Frage des Grenzertrages durch zusätzliche Informationskosten – und daß sie im Rahmen der Informationsüberflutung die relevanten und irrelevanten, die glaubwürdigen und nicht-glaubwürdigen Informationen sortieren müssen".[1006]

Wie bereits angesprochen setzen österreichische Bürger große Erwartungen und auch Vertrauen in die Institutionen des Nationalstaates. „Aus Verbrauchersicht ist in erster Linie „der Staat" für den Verbraucherschutz zuständig".[1007] Schutz, Sicherheit und Risikominimierung gewinnen für die Menschen nicht nur weiter an Bedeutung in einer komplexer werdenden Alltagswelt, sondern sind nach deren Auffassung von politischer Seite zu gewährleisten. Das politische Interesse und Engagement in der Bevölkerung ist dabei relativ gering ausgeprägt, aber seit 2008 wieder leicht angestiegen.[1008]

Aufgrund des institutionell geprägten, vorwiegend auf medienvermittelter Parteipolitik basierenden Politikverständnisses der Jugendlichen, entwickeln diese ein distanziertes Verhältnis zur Politik, das sich nicht an ihrer unmittelbaren Lebenswelt orientiert.[1009]

[1004] Vgl. hierzu auch Kollmann (2008), S. 49
[1005] Vgl. Simperl (2003), S. 21
[1006] Wiswede, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 46
[1007] Plock/Müller (2010), S. 24
[1008] Vgl. hierzu vor allem die Studie GfK Austria/IFES-Institut (2010), S. 4ff und Kollmann/Unger (2010), S. 22f
[1009] Diendorfer et al. (2008), S. 34

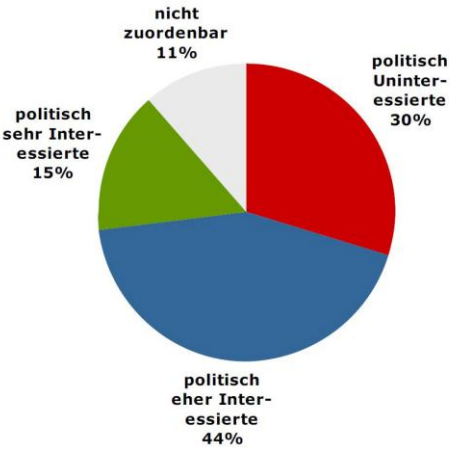

Abb. 23: Politisches Interesse und Engagement

Quelle: GfK Austria / IFES-Institut: Perzeption politischer Themen in den Medien (2010), S. 60

Recht plakativ ausgedrückt ergeben sich für die österreichische Konsumentenpolitik künftig zwei grundlegende Aufgaben: zum einen dem wachsenden Risikoempfinden der Verbraucher entgegenwirken und zwar mittels Aufklärung im Sinne einer bedarfsgerechten Informationsbereitstellung und Schaffung von Markttransparenz.[1010] Zum anderen sind die Bürger zu animieren, sich selbst als politische Akteure wahrzunehmen und durch politische Partizipation aktiv die Konsumentenpolitik mitzugestalten. Sehr zu empfehlen sei an dieser Stelle die Sensibilisierung bereits während der Schulausbildung.

5.4.1 Exkurs: Wahrgenommene Leistungsmängel und Beschwerdeverhalten

Wie es um das Beschwerdeverhalten der Österreicher aufgrund von wahrgenommenen Leistungsmängeln steht, soll in diesem Unterkapitel etwas näher analysiert werden. Kurz zusammengefasst ergab die Erhebung der Pilotuntersuchung, dass sich zwei Drittel der Befragungspersonen in einem Zeitraum von zwölf Monaten nicht über diverse Leistungsmängel beschwerten, zu einem sehr großen Teil (85%) weil kein Anlass gesehen wurde, oder aber weil der Aufwand als zu hoch eingestuft wurde und man der Auffassung war, dass es ohnehin keine unmittelbare Wirkung hätte. Das restliche Drittel, welches in den vergangenen zwölf Monaten eine Beschwerde vorlegte, war zu 60% mit der angebotenen Lösung zufrieden, zu 40% wenig bis gar nicht zufrieden.[1011] Positiver bewertet wurde die Problemlösungskompetenz in den Bereichen technischer Service und Gastronomie, negativ von öffentlichen Personenverkehrsbetrieben, Mobilfunkbetreibern und Versicherungsdienstleistern.

Im Bericht des Konsumentenbarometers des BMASK wurde das Beschwerdeverhalten

[1010] Hier zB die Standardisierung von Gütezeichen und Kommunikation von Gütekriterien, wie in Abschnitt 5.1.5 erläutert.

[1011] „Nach der Kontrasttheorie korrigiert der Konsument seine Wahrnehmung nachträglich, falls die Erwartung von der Ist-Leistung abweicht“. Trommsdorff (2004), S. 140

der Österreicher mittels Befragung eingehender untersucht, die wichtigsten Ergebnisse sollen an dieser Stelle überblicksartig festgehalten werden.
Knapp jeder dritte Österreicher hatte bei Produkten (22%) und/oder Dienstleistungen (16%) in den letzten zwölf Monaten Anlass zur Beschwerde.[1012] Die Anzahl der Personen, die insgesamt sehr oft bis oft einen Beschwerdeanlass hatten, ist seit 2009 von 18 auf 14% gesunken, rund die Hälfte hat generell selten einen derartigen Anlass.[1013] In 52% der Fälle ist die Mangelhaftigkeit eines Produktes oder einer Dienstleistung der hauptsächliche Grund für den Ärger bzw. die Beschwerde. Im Bereich der Lebensmittel (18%), Elektro- bzw. Haushaltsgeräte (11%) und Kommunikationsdienstleistungen (10%) sieht man am häufigsten einen Grund dazu.[1014]
Tatsächlich beschwert haben sich unter allen unzufriedenen Personen 78% (um 5% gestiegen seit 2009), wovon zu 42% Schwierigkeiten bei der Reklamation auftraten.[1015] In insgesamt 70% der Beschwerdefälle konnte ein Erfolg erzielt werden, zu 50% sogar beim ersten Kontakt.[1016] Hauptgründe für jene, die sich nicht beschwert hatten, waren die Geringfügigkeit des Beschwerdegrundes (22%), der umständliche Beschwerdegang (28%) oder die mangelhaft erscheinende Aussicht auf Erfolg (37%).[1017] Dies könnte als Hinweis darauf verstanden werden, dass Verbraucher angesichts der empfundenen Intransparenz und Übermacht der Märkte resignieren, passiver werden und sich mit rückläufigem Widerstand an Schlechtleistungen gewöhnen.[1018]

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:
„Das Beschwerdemanagement ist Teil des Nachkaufmarketing. Es erscheint zunehmend wichtig, Zufriedenheit nach dem Kauf herzustellen und systematisch zu pflegen – nicht nur wegen der Wiederkäufe, sondern auch wegen der Kooperation im Sinne von Meinungsführerschaft, Mund-zu-Mund-Werbung und Referenzfunkton. Die meisten Kunden reagieren nicht mit einer Beschwere auf ihre Unzufriedenheit, sondern wechseln zur Konkurrenz oder äußern sich negativ“.[1019] „Zufriedene Kunden sind weniger mitteilungsbedürftig als unzufriedene Kunden und Kunden, die sich über ein Produkt ärgern, teilen dies deutlich mehr Personen mit als Kunden, die zufrieden mit einem Produkt sind. Kunden, die sich bei Unzufriedenheit beschweren, bleiben dem Anbieter eher treu, als solch, die das unterlassen“.[1020] Ein wichtiger Schritt ist es demzufolge, Kundenbeschwerden zu stimulieren und angemessen darauf zu reagieren.

[1012] Vgl. BMASK (2011), S. 39, 42 und 44
[1013] Vgl. BMASK (2011), S. 46
[1014] Vgl. BMASK (2011), S. 47
[1015] Vgl. BMASK (2011), S. 57 und 61
[1016] Vgl. BMASK (2011), S. 62
[1017] Vgl. BMASK (2011), S. 66
[1018] Vgl. hierzu auch Kollmann (2008), S. 45
[1019] Trommsdorff (2004), S. 148
[1020] Balderjahn/Scholderer (2007), S. 137

5.5 Wertorientierung und soziales Kapital

Im Forschungsbeitrag „Pilotstudie Konsumenten 2012“ wurde das Sozialkapital der Verbraucher nicht mittels quantitativer Messmethoden ermittelt, dies würde zu weit an der eigentlichen Forschungsfrage vorbeiführen. Es ging lediglich darum zu erheben, ob Verbraucher der Ansicht sind, in Konsumangelegenheiten grundsätzlich über soziales Kapital zu verfügen oder eben nicht. Die Fragestellung umfasste zwei mögliche Szenarien: Reparaturen im eigenen Haushalt stehen an oder es wurde bei den Einkäufen etwas vergessen. Für derartige Vorkommnisse sind die Interviewteilnehmer ihres Erachtens nach durchgängig mit ausreichend sozialem Kapital ausgestattet. Wie sich bei der Auswertung der übrigen Fragenkomplexe herausstellte, wird neben Instandhaltungsarbeiten auch bei der Montage, Installation oder Inbetriebnahme von Geräten bzw. verschiedensten Produkten oftmals gerne auf Unterstützung aus dem sozialen Umfeld zurückgegriffen. „Das Konsumentenverhalten wird entscheidend von den Einflüssen der näheren sozialen Umgebung bestimmt“.[1021] Hinsichtlich Konsumentenschutzfragen und Kaufentscheidungen betrachten Verbraucher ihre Freundes- und Bekanntenkreise außerdem als wertvolle Informationsquelle. Dabei erstreckt sich das verfügbare Sozialkapital primär auf Bezugspersonen, die im selben Haushalt wohnen und in zweiter Linie auf diverse Verwandte, Freunde oder andere Bekannte. Die Fragestellung der Vorerhebung beschrieb 2003 ein sehr ähnliches Szenario, nur drehte es sich damals ausschließlich um die Nachbarn als mögliche Ansprechpersonen. Viele der Befragten wussten zwar nicht, ob die Nachbarn tatsächlich einspringen würden, vermuteten zu 40% aber, dass dem so wäre, bzw. zu 27%, dass dies eben nicht der Fall wäre.[1022] Seitdem sind keine Veränderungen aufgetreten: Nicht jeder zählt auch seine Nachbarn zu seinem Sozialkapital, diese sind tendenziell eher für jene Personen eine Bezugsperson, die keine oder kaum Verwandte oder Freunde im näheren Wohnkreis vorweisen können.[1023] Desweiteren ist anzunehmen, dass in Wohngegenden mit höherer Einwohnerzahl das Naheverhältnis zu den Nachbarn geringer ist. Die Häufigkeit der Inanspruchnahme von Gefälligkeiten und Hilfestellungen ist sehr individuell, bedenklich ist in diesem Zusammenhang die vielfach geäußerte Präferenz, wahlweise lieber darauf zu verzichten jemanden um einen Gefallen zu bitten und sich je nach Möglichkeit selbst darum zu kümmern. Argumentiert wurde dies unter anderem damit, dass man selbst auch nicht möchte, wenn andere Gefälligkeiten erbitten, oder dass es einem heutzutage als Schwäche ausgelegt wird, etwas nicht selbst zu können.
Aufbauend auf die Voruntersuchung zur Studie „Konsumenten 2004“ wurde durch die Methode der Fremdeinschätzung erhoben, welche Wertorientierung in der österreichischen Bevölkerung vorherrschend ist, da diese einen Einfluss auf das

[1021] Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 475
[1022] Vgl. Simperl (2003), S. 27
[1023] „Die Wahrscheinlichkeit, dass es zu einem Kontakt zwischen den Personen kommt, ist umso größer, je kleiner die räumlichen und sozialen Distanzen zwischen den Personen sind“. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 540

Konsumverhalten ausübt.[1024] Werte sind durch soziales Lernen erworbene, innerhalb einer bestimmten Kultur von vielen geteilte, stark verfestigte und relativ stabile (internalisierte) Einstellungen zu wünschenswerten, anzustrebenden Lebens- und Verhaltensformen, die für das eigene persönliche Leben relevant sind und hierarchisch im kognitiven System der Individuen organisiert sind".[1025] Vor beinahe zehn Jahren achteten die Menschen in erster Linie auf Äußerlichkeiten im Sinne der Bekleidung, der Frisur, der Gepflegtheit oder auch des Benehmens und der Ausstrahlung.[1026] Genannt wurden ferner auch der Status und die Kontaktfreudigkeit. Eindeutig standen jedoch Geld und Erfolg an erster Stelle.[1027] Geändert habe sich nach Ansicht von knapp 60% im Vergleich zu früher insofern etwas, da Mitmenschlichkeit und Zusammengehörigkeitsgefühl dem Anschein nach abgenommen hätten, während heutzutage „Ideale" in den Hintergrund treten und die Menschen sich mehr um ihre eigenen Probleme kümmern.[1028]
Nach aktueller Verbrauchersicht ist ebenso eine stark materiell orientierte Wertorientierung ableitbar, mehr als die Hälfte meint ausdrücklich, Einkommen und Besitz seien in dieser Hinsicht ausschlaggebend. Selbiges betrifft auch den Status innerhalb der Gesellschaft, die Ausbildung und den Beruf. Interessant ist hierbei, dass die materielle Sichtweise zumeist auf „die Anderen" geschoben wird, während man sich selbst weitestgehend davon distanziert.
Häufig fielen Schlagworte wie Hilfsbereitschaft, Verlässlichkeit, Ehrlichkeit und Freundlichkeit. Wichtige Faktoren seien weiters noch der Umgang miteinander, gegenseitige Sympathie und höfliches Benehmen. Äußerlichkeiten wie vorhin beschrieben nannte man aktuell deutlich seltener. Begriffe wie Gesundheit, Humor, Freundschaft, Herkunft oder Religion kamen nur vereinzelt vor. Gesellschaftliche Veränderungen betreffend Werthaltung ergaben sich im Laufe der letzten Jahrzehnte nach der Einschätzung von knapp zwei Drittel der befragten Österreicher insofern, dass die Kaufkraft und der davon abgeleitete materielle Besitz an Bedeutung gewonnen haben. Nur eine Minderheit vermutet eine künftige Entwicklung Richtung Nachhaltigkeit und Besinnung auf die Lebensqualität abseits materieller Pfade. Ergänzend dazu wird der soziale Alltag als weit hektischer und stressiger beschrieben, sodass die Menschen weniger Zeit füreinander haben. Zugenommen hätten auch die wahrgenommenen umfeldbezogenen Unsicherheiten bedingt durch vermutete steigende Kriminalität, Arbeitslosigkeit und Existenzängste.

<u>Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:</u>
Um den wirtschaftlichen und politischen Erfolg einer modernen Gesellschaft langfristig sicherzustellen, erscheint es aus genannten Gründen unumgänglich in den sozialen Zusammenhalt zu investieren. Messbar- und Nutzbarmachung der sozialen

[1024] Vgl. hierzu auch Kollmann/Unger (2010), S. 20ff
[1025] Vgl. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 122 und Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 265
[1026] Vgl. Simperl (2003), S. 42f
[1027] Vgl. Simperl (2003), S. 43f
[1028] Vgl. Simperl (2003), S. 44f

Kräfte verfügen nebenher über nicht zu unterschätzendes Potential Krisensituationen anhand von gegenseitigem Verständnis und Kooperation zu bewältigen oder durch präventive Konfliktvermeidungsstrategien erst gar nicht entstehen zu lassen.[1029] Neben den angesprochenen ökonomischen Vorteilen ist es denkbar, dass ein gesteigertes Sozialkapital Konsumentenschutzvereine entlastet, sofern sich Verbraucher gegenseitig mit Informationen versorgen, bei allfälligen Verbraucherproblemen unterstützen und geschlossen gegen Marktunzulänglichkeiten auftreten. Provokant könnte man an dieser Stelle die Behauptung wagen, in gewisser Hinsicht wirkt sich ein vermehrter sozialer Zusammenhalt negativ auf einzelwirtschaftliche Interessen aus, wenn demzufolge Dienstleistungen wie zB Handwerker, Fachberatungen und ähnliches weniger beansprucht werden oder der Druck zu kompensatorischem Konsum abflacht. Gesamtwirtschaftlich gesehen ist allerdings stark davon auszugehen, dass diese Erscheinungen von einer Vielzahl an positiven Effekten auf die Wohlfahrt und Wirtschaftsleistung eines Landes überkompensiert werden.

Es empfiehlt sich jedenfalls in der anstehenden Konsumentenerhebung in größerem Umfang auf das Sozialkapital und den Zusammenhalt von Verbrauchern einzugehen, gerade jetzt, in unsicheren Zeiten, wo Schlagwörter wie „Wirtschaftskrise“, „Euro-Rettungsschirm“ oder „Sparpaket“ quasi omnipräsent sind und die materielle Orientierung, sowie die Neigung zu kompensatorischem Verhalten aufgrund von Ängsten und Unsicherheiten womöglich noch weiter zunehmen.

5.6 Kaufkraft, Kaufsucht, Konsumdruck und Zufriedenheit

In Abschnitt 3.2 zeigte sich ein inflationsbedingter realer Konsumbudgetverlust für Konsumenten im Verlauf der letzten Jahrzehnte und damit ein durchschnittliches Absinken der individuellen Kaufkraft. Auf europäischer Ebene kam die Erhebung des Eurobarometers zu dem Schluss, dass die merklich zunehmenden Preissteigerungen und die Inflation den EU-Bürgern nach wie vor am meisten Sorgen bereiten (46%, Tendenz steigend), noch vor anderen wichtigen Themen wie der allgemeinen Wirtschaftssituation und der Arbeitslosigkeit.[1030] Bereits in den Jahren vor der Wirtschafts- und Finanzkrise, als diese noch nicht absehbar war, fühlten sich die Menschen laut den Befragten der Voruntersuchung „Konsumenten 2004“ zu über 40% nicht im Wohlstand (Fremdeinschätzung) und bemängelten die sinkende Kaufkraft.[1031] Im Jahr 2011 wiederum schätzen 70%, dass ihr soziales Umfeld durchwegs zufrieden mit den finanziellen Möglichkeiten ist, fast jeder Vierte glaubt dies allerdings eher weniger. Die Einschätzungen gehen hierbei weit auseinander: einerseits wird die Annahme getroffen, dass es in der Natur des Menschen liegt nach „mehr“ zu streben, wobei „Gier und Neid“ medial noch verstärkt werden. Andererseits meinen die

[1029] Vgl. Gehmacher (2009), S. 105
[1030] Vgl. Europäische Kommission (2011b), S. 13ff
[1031] Vgl. Simperl (2003), S. 39f

Befragten, dass der Mensch trotz aller Widrigkeiten lernt, mit dem zufrieden zu sein, was er hat und was er sich aufgebaut hat. Wiederkehrende Aussagen sind außerdem „es hat eh jeder das Nötigste“, „wir jammern auf hohem Niveau“ oder „im Vergleich zu anderen Teilen der Welt geht es uns hier in Mitteleuropa eh relativ gut“. Sieht man sich im Vergleich die EU-weite Zufriedenheit mit der finanziellen Situation des Haushaltes an, so waren nahezu zwei Drittel eher zufrieden, in Österreich sind es sogar 72%.[1032] Unter den Unzufriedenen sind hierzulande vorwiegend die 25 bis 35jährigen vertreten, während ältere Personen durchwegs zufriedener sind. Nach den Einzelaussagen zu urteilen werden Konsumenten mit zunehmendem Alter angesichts ihres verfügbaren Konsumbudgets zufriedener, da sie in ihren Gewohnheiten gefestigter sind, sich auf ihren finanziellen Handlungsspielraum eingestellt haben und das Ausmaß an unerfüllten Konsumwünschen stark rückläufig ist. Hinsichtlich bestehender Konsumwünsche werden von 20% (eher Jüngeren) Urlaubsreisen genannt, ansonsten diverse materielle Dinge wie ein Haus, ein Auto, eine neue Wohnung oder verschiedenste technische Geräte. Keine unerfüllbaren Konsumwünsche werden von 37% geäußert, was seit 2003 eine Zunahme von 10% ergibt.[1033]

Der Eindruck eines sozialen Konsumdrucks ist seit den frühen 80er Jahren deutlich ausgeprägter geworden: 2007 empfanden ihn 73% an befragten Personen als stark oder gar sehr stark.[1034] Im Zuge der Leitfadeninterviews wurden die Teilnehmer gefragt, ob sie in ihrem sozialen Umfeld problematisches Konsumverhalten beobachten konnten. Bei der Fragestellung wurden dabei Szenarien beschrieben, die auf Kaufsuchtgefährdung hindeuten. Etwas mehr als die Hälfte der Probanden meinte daraufhin, jemanden persönlich zu kennen, auf den mindestens eine der Beschreibungen zutreffen würde. Ob es sich in jenen Fällen tatsächlich um Kaufsuchtgefährdung im eigentlichen Sinne handelt, wurde nicht nachgemessen, es ging hier viel eher um das subjektive Empfinden eines sozial nicht konformen Konsumverhaltens. Berichtet wurde unter anderem von Zahlungsschwierigkeiten aufgrund unverhältnismäßigen Konsumierens, zwanghaften Schnäppchenjagden, außer Kontrolle geratener Spielsucht oder der Anschaffung von prestigeträchtigen Luxusgütern. Die einzelnen Schilderungen deuten in erheblichem Ausmaß auf kompensatorisches Verhalten hin.

Ende 2011 wurde zum achten Mal die Kaufsuchtgefährdung der Österreicher mittels Hohenheimer Kaufsuchtindikator (Standardversion) erhoben. Befragt wurden zu diesem Zweck 1.000 Personen in persönlichen Interviews im Rahmen einer Mehrthemenumfrage.[1035] Verglichen mit dem Vorjahr blieben die Resultate im Wesentlichen konstant: der Anteil derer, die deutlich kompensatorische

[1032] Vgl. Europäische Kommission (2011c), S. 6f
[1033] Vgl. Simperl (2003), S. 41
[1034] Vgl. Kollmann (2008), S. 17
[1035] Vgl. Kollmann/Kautsch (2011), S. 4

Kaufneigungen aufweisen liegt bei 20%, wohingegen weitere 8% als stark kaufsuchtgefährdet einzustufen sind – das ergibt in Summe einen Wert von 28% an Kaufsuchtgefährdung in Österreich.[1036]

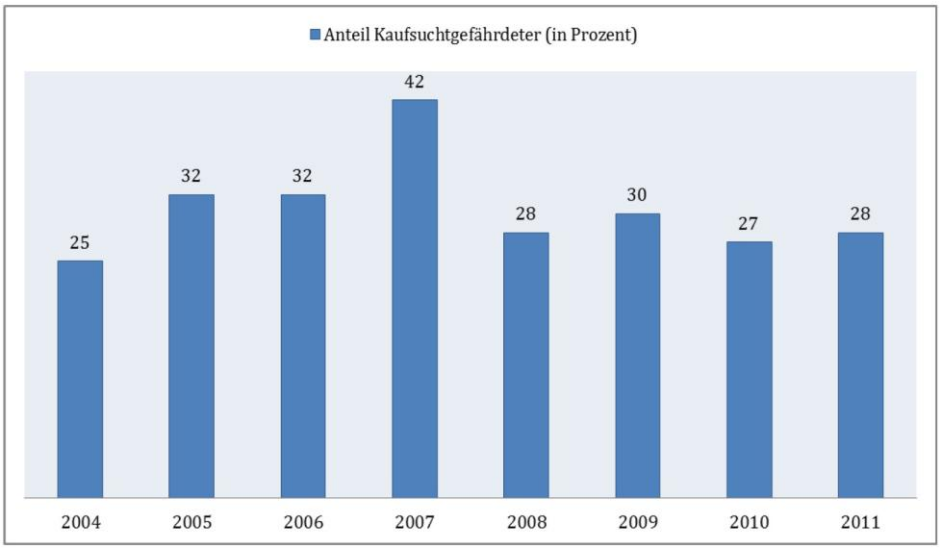

Abb. 24: Anteil der Kaufsuchtgefährdeten in Österreich von 2004 bis 2011

Quelle: Kollmann/Kautsch: Kaufsucht in Österreich - 2011 (2011), S. 5

Mit einem Blick auf Abbildung 24 wird ein Spitzenwert von 42% im Jahre 2007 deutlich. Nach dem Einsetzen der Weltwirtschaftskrise ist die nachgewiesene Gefährdung wieder drastisch zurückgegangen und von da an auf einem konstanten Niveau geblieben. Der aktuelle Wert ist angesichts der momentanen europäischen Wirtschafts- und Finanzkrise etwas verwunderlich, sollte er in einem derartigen Szenario angesichts Negativberichterstattungen seitens der Medien tendenziell doch eher rückläufig sein. Aufgeschlüsselt nach soziodemographischen Aspekten bilden sich signifikante Auffälligkeiten heraus: in weit höherem Maß gefährdet sind Frauen, Personen unter 30 Jahren, politisch Desinteressierte und jene ohne bestehender Partnerschaft.[1037]

<u>Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:</u>
Trotz sinkendem Konsumbudget und anhaltender Finanz- und Wirtschaftskrise in Europa ist keine wesentliche Änderung des Konsumverhaltens der Österreicher erkennbar. Die artikulierte Zufriedenheit mit der eigenen finanziellen Situation ist recht hoch – ausgenommen davon sind unter 30jährige, die zusätzlich in weit höherem Maß von Kaufsuchtgefährdung betroffen sind. Auslösend für kompensatorisches Verhalten der jüngeren Generation könnten Misserfolge in der Ausbildung, soziale

[1036] Mit Verweis auf Antworten gemäß der sozialen Wünschbarkeit dürfte die Dunkelziffer noch etwas höher liegen. Vgl. Kollmann/Kautsch (2011), S. 5f

[1037] Vgl. Kollmann/Kautsch (2011), S. 3 und 8f

Stagnationserscheinungen oder Unsicherheiten bezüglich des beruflichen Werdeganges sein. Insbesondere junge Frauen bekommen über die Medien aufoktroyiert wie entscheidend das äußere Erscheinungsbild für das Erlangen sozialer Anerkennung ist, Stichwort "Schönheits- und Schlankheitswahn".[1038] Begünstigt wird kompensatorisches Kaufverhalten obendrein noch von der zunehmenden Beliebtheit von einfach, schnell und bequem durchführbaren Onlinekäufen, was sich erwiesenermaßen wiederum speziell bei jüngeren Menschen großer Beliebtheit erfreut, wie Abschnitt 4.3 verdeutlicht. Ein Faktor, der hier ebenfalls hineinspielt, sind die verschiedensten Kreditformen und Ratenzahlungsmöglichkeiten beim Kauf, die (zumindest kurzfristig) einen Konsum jenseits des verfügbaren Konsumbudgets ermöglichen. Besorgniserregend ist dies insofern, da Einkommensschwächere eine verstärkte Neigung aufweisen, sich für ihre eingeschränkte Kaufkraft mit demonstrativen, statusgebenden Anschaffungen zu kompensieren.[1039] Zweifelsohne spielt in diesem Zusammenhang auch der perzipierte Konsumdruck in Kombination mit Geltungsängsten und Selbstwertdefiziten hinein. Zu Mehrkäufen könnte auch der in den letzten Jahren relativ niedrige Leitzinssatz beitragen, der die Konsumenten eher zum Einkaufen als zum Sparen verleitet, wie die niedrige Sparquote der jüngeren Vergangenheit belegt.
Konkrete Maßnahmen für Ordnungs-, Sozial- und Konsumentenpolitik abzuleiten gestaltet sich auch an dieser Stelle wieder als schwierige Angelegenheit, denn jedes Wirtschaftssubjekt ist dazu berechtigt, sein wirtschaftliches Handeln selbst zu bestimmen und nach bestem Wissen und Gewissen zu agieren. Als Hilfestellung zur präventiven Vermeidung maßlosen Konsumverhaltens empfiehlt sich auch in diesem Kontext die Forcierung einer verbraucherorientierten Bewusstseinsbildung, bzw. eine Aufklärung über Ursachen und Konsequenzen von Kaufsucht im schulischen Lehrplan. Ein weiterer wichtiger Punkt wäre hier wiederum das bereits thematisierte Sozialkapital, zumal soziale Verflechtungen einen wertvollen Beitrag zur sozialen Kontrolle des wirtschaftlichen Handelns eines Individuums leisten können (zB durch positive Sanktionen) und eine Orientierungsgrundlage darstellen.[1040] Zusätzlich wäre für all jene Fälle, in denen präventive Maßnahmen zur Vermeidung von Kaufsucht wirkungslos bleiben, eine verstärkte Ressourcenallokation Richtung Beratungsstellen (Konsumenten- oder Schuldenberatung) und Gesundheitswesen (Ausweitung Therapieangebote) denkbar.[1041] Fortschreitende unbewusste Beeinflussung des Konsumverhaltens durch Werbung konterkarieren diese Bestrebungen allerdings, deswegen sollte in öffentlichem Diskurs die Überlegung angestellt werden, wo hier die Grenzen des Zumutbaren/Erlaubten gezogen werden sollten. Alleine schon im Hinblick auf Ressourcenschonung, Klimaschutz und Nachhaltigkeit erscheinen wirkungsvolle Maßnahmen gegen Konsumzwänge und verschwenderisches, umweltschädigendes Konsumverhalten als dringend notwendig.

[1038] Vgl. hierzu auch Kollmann/Kautsch (2011), S. 14
[1039] Vgl. Kollmann/Unger (2010), S. 16ff
[1040] Vgl. Peters (2009), S. 136ff
[1041] Vgl. Kollmann/Kautsch (2011), S. 34f

5.7 Umweltschutz, Suffizienz und nachhaltiger Konsum

Bereits im Abschnitt 2.1.3 wurde eindringlich darauf hingewiesen, wie essenziell eine Trendumkehr betreffend der etablierten Konsumgewohnheiten zugunsten der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit ist. Dass Österreichs Bürger die Zeichen der Zeit erkannt haben und grundsätzlich Handlungsbedarf sehen, geht recht deutlich aus den Leitfadeninterviews hervor, die entscheidende Frage ist aber „wie stark fühlt sich jeder Einzelne in die Pflicht genommen und in welchem Ausmaß ist er bereit einen Beitrag zu leisten?“.
Spontan fällt den Bürgern die Sortierung von Hausmüll ein, oder die Reduktion von Pkw-Fahrten.[1042] Der sparsame Umgang mit Energie und Rohstoffen wird ebenfalls mehrheitlich genannt, die Rede ist häufig auch von bewusstem Konsum und einem ökologisch verträglicheren Lebensstil in weiterem Sinne, dennoch gewinnt man den Eindruck, dass es sich hierbei in erster Linie um bloße Lippenbekenntnisse handelt und weniger um echte Überzeugung.[1043] Es stellte sich bereits heraus, dass Umweltgütezeichen eher unbekannt sind und die Informationsbereitschaft hinsichtlich der Inhaltsstoffe von Produkten gering ist.[1044] Daher klingen Aussagen wie „umweltfreundliche Produkte kaufen“ und „auf schädliche Stoffe verzichten“ etwas hohl und wenig ambitioniert. Die Antworten eines persönlichen Interviews sind ohnehin mit größter Vorsicht zu genießen, da sich ein wohl nicht unerheblicher Teil der Probanden gerade bei sensiblen Themen wie Umweltschutz und Nachhaltigkeit in ein möglichst gutes Licht zu rücken versucht.

Eine repräsentative Längsschnittstudie, die seit 1985 bereits zweimal wiederholt wurde (alle 10 Jahre), erhob Einstellungen, Meinungen und Einschätzungen österreichischer Bürger zu konsumbezogenen Umweltfragen und umweltbezogenem Verhalten.[1045] Österreicher sehen nach eigenen Angaben wirksame Umweltschutzmaßnahmen zwar als wichtig an, reihen diese aber hinter anderen Problemfeldern wie der Bekämpfung von Preisanstiegen, Kriminalität und Arbeitslosigkeit oder der Sicherung von Pensionen.[1046]
EU-Bürger sehen den Klimawandel vergleichsweise nur zu einem sehr geringen Teil als die dringlichste Sorge auf nationaler Ebene, vorgelagert sind viel eher die ansteigenden Preise, die finanziellen Sorgen, die Wirtschaftslage und die Arbeitslosigkeit.[1047] Im EU-Schnitt sind österreichische Bürger führend ob ihrer Sorge hinsichtlich der Inflation, die größten Sorgen liegen allerdings im Bereich der

[1042] Vgl. hierzu auch Simperl (2005), S. 28f
[1043] „Zwischen dem bekundeten Umweltbewusstsein einerseits und dem tatsächlichen umweltgerechten Verhalten andererseits sind erhebliche Diskrepanzen empirisch nachgewiesen“. Vgl. hierzu Balderjahn/Scholderer (2007), S. 154f
[1044] Die Kapazität zur Informationsbeschaffung und – verarbeitung ist relativ begrenzt, zudem sind relevante Informationen oftmals nicht verfügbar. Vgl. hierzu vor allem Scherhorn (2005), S. 2
[1045] Vgl. Kollmann/Simperl (2005), S. 3ff
[1046] Die Bedeutung des Umweltschutzes ist dabei im Vergleich eher abnehmend und grundsätzlich eher für Frauen, unter 30jährige, Personen mit Kindern und formal besser Gebildeten relevant. Vgl. Kollmann/Simperl (2005), S. 10
[1047] Vgl. Europäische Kommission (2011b), S. 24ff

wirtschaftlichen Lage, speziell was die Lage der öffentlichen Finanzen der Mitgliedsstaaten betrifft.[1048] Die Bedeutung von Umwelt und Klimawandel fristet im Verhältnis gesehen eher ein Schattendasein (je 6 und 5%), hier liegt Österreich allerdings genau im EU27-Schnitt. Nur 25 respektive 20% der Bürger aus den EU-Mitgliedsstaaten fordern eine verstärkte Beachtung von Umweltpolitik bzw. Klimaschutzmaßnahmen auf EU-Ebene, deutlich hinter Belangen wie der Wirtschafts- und Währungspolitik oder der Einwanderungspolitik (jeweils mehr als 30%).[1049]

Immerhin 42% der Österreicher sehen den Konsumenten, also sich selbst, in erster Linie für umweltbewusstes Handeln zuständig (plus 12% seit 1995).[1050] Zwischen dem Umweltbewusstsein einerseits und konkretem umweltfreundlichen Handel andererseits zeigen sich allerdings gravierende Unterschiede.[1051] Etwa vier Fünftel sind grundsätzlich bereit, der Umwelt zuliebe ihre Konsumgewohnheiten einzuschränken, doch bleiben konkrete Ideen/Vorstellungen weitestgehend aus, wenn die Folgefrage „worauf man denn verzichte“ gestellt wird. Mit Abstand am häufigsten genannt werden dabei der Verzicht auf Obst und Gemüse aus dem Ausland zu bestimmten Jahreszeiten, sowie der Verzicht auf unverhältnismäßig schädliche Produkte/Stoffe/Verpackungen.[1052] Der Trick dabei ist es, umweltfreundliche Produkte auch als solche zu erkennen. Die inflationäre Verwendung der Begriffe „Wellness“, „Öko“ und „Bio“ vermittelt Verbrauchern fälschlicherweise den Eindruck, dass das bestehende Warenangebot ohnehin schon eine sehr positive Wirkung auf Umwelt und Gesundheit innehat. „Der Konsument selbst ist kaum in der Lage, Produkte auf Umweltverträglichkeit oder Nachhaltigkeit zu prüfen“.[1053] Im Lichte der niedrigen Bereitschaft, irreführende Werbeaussagen zu hinterfragen, resultiert sich eine unkritische Haltung gegenüber den Märkten. Nur ein starkes Drittel fühlt sich gut informiert, ein Viertel ortet bei sich selbst Wissensdefizite.[1054] Abgesehen davon, dass Verbraucher nur über mangelhaftes Wissen verfügen, wie der persönliche Lebensstil sozial- und umweltverträglicher gestaltet werden kann, besteht nur eine geringe Bereitschaft, Bequemlichkeit und Wohlstand aufzugeben oder alteingesessene Gewohnheiten zu überdenken und zu ändern. „Oft wird mit umweltfreundlichem Verhalten auch ein bestimmter, auf Konsumverzicht bzw. –einschränkungen ausgerichteter Lebens- bzw. Konsumstil verbunden“.[1055] Auf Fernreisen würde man

[1048] Vgl. Europäische Kommission (2011c), S. 29

[1049] Auch die Stärkung des europäischen Verbraucherschutzes liegt lediglich bei 20%. Vgl. Europäische Kommission (2011a), S. 64

[1050] Je 28 respektive 29% sehen primär den Staat bzw. Unternehmen in der Hauptverantwortung. Vgl. Kollmann/Simperl (2005), S. 17

[1051] TGI (2011), S. 1

[1052] Anmerkung: „Das seit den 1970er Jahren zu beobachtende ‚Umweltbewusstsein‘ der Verbraucher“ beinhaltet insbesondere eine größere Einsicht in die Gefährdung der Natur durch den Menschen, einschließlich der negativen Rückwirkungen auf den Menschen selbst sowie eine damit verbundene Bereitschaft zu individuellen Konsequenzen im eigenen Konsumverhalten“. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 703

[1053] Balderjahn/Scholderer (2007), S. 156

[1054] Auch hier handelt es sich wieder um eine Selbsteinschätzung. Es ist davon auszugehen, dass sich einige der Befragten überschätzen. Vgl. Kollmann/Simperl (2005), S. 22f

[1055] Balderjahn/Scholderer (2007), S. 156

bestenfalls dann verzichten, wenn es die momentane (finanzielle) Situation gerade nicht erlaubt. Analog verhält es sich mit der Pkw-Anschaffung/Nutzung: Entscheidungen werden viel mehr nach ökonomischen Überlegungen getroffen, weniger nach ökologischen. „Konsumenten handeln primär aus persönlichen Nutzenerwägungen. Eigennutz geht vor Umweltschutz und Nachhaltigkeit“.[1056]

Weit verbreitet ist auch die Annahme, es würde zu Gunsten des Klimaschutzes bereits ausreichen, wenn das eigene Fahrzeug eine vergleichsweise sparsame Antriebstechnologie nutzt – ein „reines Gewissen“ birgt aber schlussendlich die Gefahr von Mehrfahrten (Rebound-Effekten). Im Großen und Ganzen scheint man in Österreich der Auffassung zu sein, im Rahmen der individuellen Möglichkeiten einen ohnehin recht umweltfreundlichen Lebensstil zu pflegen, aber nicht weiter „verzichten“ zu können. Gerade eher einkommensschwächere Personen bringen oft das Argument, sich nur das Notwendigste zu gönnen und kaum Potential zu weiteren Einschränkungen zu sehen. „Menschen mit geringem Einkommen zählen aufgrund des knappen finanziellen Spielraums ohnehin zu jenem Bevölkerungssegment, dessen Lebensstil einen vergleichsweise kleineren ‚ökologischen Fußabdruck‘ hinterlässt, also mit relativ geringen Belastungen für die Umwelt verbunden ist“.[1057] „Finanziell potentere“ Verbraucher hingegen haben theoretisch die Möglichkeit einen erheblich größeren „Fußabdruck“ zu hinterlassen und sind deshalb dazu angehalten auch einen entsprechenden Beitrag zu leisten. Nicht einmal ganz zwei Drittel der Verbraucher sind allerdings dazu bereit einen Aufpreis für umweltfreundliche Produkte zu bezahlen, die Hälfte der Stichprobe würde höchstens 10% mehr dafür ausgeben.[1058]

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen

Zwar wird allgemein nicht geleugnet, dass ökologische Probleme bestehen, die Verbraucher sind aber als Masse zu wenig reflektiert, um ihre Lebensweise von Grund auf in Frage zu stellen und ihr Konsumverhalten zu überdenken. Bequemlichkeit und der gesellschaftliche Zwang zu konformistischem Handeln überlagern den Mut zu einschneidenden Veränderungen, erlernte Verhaltensmuster scheinen schwerlich ablegbar zu sein. Ein umweltverträglicher Lebensstil wird nach wie vor mit einem Mehraufwand und Verzicht in Verbindung gebracht; deshalb ist den Bürgern glaubhaft zu verdeutlichen, dass eine höhere Lebensqualität nicht zwangsweise durch vermehrten Konsum zu erreichen ist. Nachhaltiger Konsum und Wohlstand sind keine Gegensätze, ganz im Gegenteil: längerfristig gesehen gehen sie eher Hand in Hand. In weiterem Sinne ist auch Überzeugungsarbeit zu leisten, dass eine Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Ressourcenverbrauch durchaus im Rahmen des Möglichen ist. Um dies zu erreichen ist Verbrauchern beispielsweise das Potential von immateriellem Konsum näherzubringen.

[1056] Balderjahn/Scholderer (2007), S. 156

[1057] Jakl (2010), S. 9

[1058] Einkommensstärkere und besser Gebildete zeigen eine höhere Bereitschaft in dieser Hinsicht. Vgl. Kollmann/Simperl (2005), S. 34f

Geht man nach den Ergebnissen der Leitfadeninterviews, ist eine starke materielle Orientierung spürbar und eine schwach ausgeprägte Vorstellung von immateriellem Konsum. Ein Umdenken kann selbstverständlich nicht von heute auf morgen „erzwungen“ werden.[1059] Nicht immer kann nachhaltiger Konsum im Sinne von suffizientem Kaufverhalten angesichts der autonomen Entscheidungen von Konsumenten eingefordert werden, sofern man etablierte Konsumleitbilder und Gesellschafts- sowie Marktstrukturen berücksichtigt.[1060] Für eine anhaltende Trendumkehr ist ein langfristiger Wertewandel innerhalb einer Gesellschaft anzustreben, weg vom „sich über den Konsum definieren“.[1061] Im Bewusstsein der Menschen müsste sich obendrein der Gedanke verankern, dass jeder Einzelne im Kollektiv durch eine kumulierte nachhaltige Nachfrage und entsprechend verantwortungsvolles Konsumverhalten die Umwelt- und Gesundheitssituation maßgeblich mitgestalten kann.[1062] Und wieder einmal ist der Bildungsbereich gefragt. Der Verbraucher von morgen sollte quasi in der Schulausbildung von klein auf zum LOHAS erzogen werden – dazu ist es unumgänglich, ihm die Konsequenzen seines Handelns zu erläutern, neue Perspektiven zu eröffnen und das nötige Wissen mit auf den Weg zu geben, wie Manipulationsversuche effektiv durchschaut werden können. Ziel soll es sein, kritische, selbstbewusste Bürger heranzuziehen, die ihre Lebenswelt aktiv und nachhaltig mitgestalten. Umweltschutz soll nicht bei der Müllsortierung enden, eine weit verbreitete Meinung ist es nämlich, dass das Sammeln und Trennen von Hausmüll den wesentlichsten Beitrag in Sachen Umweltschutz darstellt. Ambitionen zu Müllverringerung/Müllvermeidung sind dagegen eher gering ausgeprägt. Die Müllsortierung selbst funktioniert auch nicht immer reibungslos, von den Interviewteilnehmern wird vielfach von Fehlverhalten berichtet. Besonders in größeren Ballungsräumen fehlt hier ein gewisses Maß an sozialer Kontrolle. Menschen ärgern sich oftmals übereinander (teilweise auch über sich selbst), sanktionieren auftretendes Fehlverhalten hinsichtlich des Umweltschutzes jedoch nicht entsprechend. „In Gemeinschaften mit hohem Sozialkapital können die Menschen einander eher vertrauen, da die Netze der Gemeinschaft eine größere Chance dafür bieten, dass Verstöße vermieden werden“.[1063]

Ein weiteres Problem stellt die schwierige Erkennbarkeit von wahrhaft umweltgerechten, ökologischen bzw. gesundheitsverträglichen Erzeugnissen dar. Eine verbesserte Verbraucherinformation durch gesetzlich verpflichtende Produktkennzeichnung und aussagekräftige Umweltgütesiegel könnte hier Abhilfe verschaffen. Konsumenten sind durchaus bereit für ökologischere Produkte mehr zu

[1059] „Zweifellos besteht ein Zusammenhang zwischen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten. Daher ist das Umweltbewusstsein im Rahmen der Verbraucherinformation und –bildung zu fördern“. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 708

[1060] Vgl. hierzu Scherhorn (2005), S. 2f

[1061] „Ein Wertewandel vollzieht sich über Veränderungen in der relativen Bedeutung einzelner Werte zueinander“. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 122

[1062] Vgl. Jakl (2010), S. 3 und 11

[1063] Radinger (2005), S. 318

bezahlen, wenn auch nur in geringfügigem Umfang. „Nachhaltige Produkte und Leistungen müssen dem Konsumenten neben der Nachhaltigkeit auch einen eigenen persönlichen Zusatznutzen (added value) liefern“.[1064] Diese allerdings teurer zu gestalten als herkömmliche (also weniger umweltfreundliche) Produkte dürfte angesichts der relativ hohen Preisorientierung vieler Verbraucher der falsche Ansatz sein. Bedacht sollte nämlich werden, dass weniger ökologische Produkte bei Produktion, Transport und Konsum stärkere negative externe Effekte verursachen. Zu negativen externen Effekten kommt es, wenn ein Wirtschaftssubjekt einen Teil der Kosten, die von ihm verursacht werden nicht selber trägt, sondern auf Dritte abwälzt.[1065] In diesem Zusammenhang spricht man auch von Drittwirkungen ökonomischer Aktivitäten.[1066] So wird man beispielsweise bei der Nutzung des Verkehrsträgers Straße mit motorisierten Fahrzeugen nur mit einem Teil der verursachten Kosten belastet (zB mit Mineralölsteuern, Kraftfahrzeugsteuern), den Rest trägt die Allgemeinheit.[1067] Die Kosten eines zusätzlichen privaten Gutes bestehen nicht nur in dessen Preis, sondern auch in den damit einhergehenden „sozialen Kosten“ der Produktion und des Konsums.[1068] Indem die (unvollständigen) Produktionsfunktionen im Sinne der tatsächlichen Ressourcenbeanspruchungen (also inkl. Umweltfolgekosten) korrigiert und damit negative externe Effekte internalisiert werden, wäre die Entscheidungssituation für Verursacher von derartigen Wirkungen angepasst.[1069] „Von der Nutzung der Umwelt als öffentliches Gut kann niemand ausgeschlossen werden, darüber hinaus können Konsumenten die sozialen und ökologischen Kosten ihres Verhaltens teilweise externalisieren“.[1070] Erst wenn ein Bewusstsein von den wahren Kosten und Risiken geschaffen wird, kann sich nachhaltiger Konsum endgültig durchsetzen.[1071] Die Internalisierung externer Effekte auf die Umwelt würde Unternehmen einen ökonomischen Anreiz bieten, ressourcenschonender zu produzieren und zu distribuieren. Unternehmen würden die zu tragenden Umweltkosten letztendlich auf die Preise ihrer Erzeugnisse umwälzen, was wiederum zu einer höheren Kostenwahrheit von Konsumgütern führt und auch Konsumenten einen preislichen Anreiz liefert nachhaltiger zu konsumieren.[1072] In höchstem Maße problematisch ist die Umsetzung dieser Idee. Als Hauptproblem gilt

[1064] „Nachhaltige Produkte werden sich umso leichter durchsetzen, je geringer der Kostenunterschied zu den herkömmlichen Produkten ist“. Balderjahn/Scholderer (2007), S. 162

[1065] Externe Effektive definieren sich auch als Folgen von unvollständigen Produktions- und Nutzenfunktionen. Vgl. Eckey/Stock (2000), S. 237 und Aberle (2009), S. 576

[1066] Vgl. Aberle (2009), S. 574

[1067] Vgl. Scherhorn (2005), S. 3

[1068] „Sie bestehen in Ressourcenverschwendung, Umweltzerstörung, Gesundheitsgefährdung und haben ihre Ursache darin, dass bei der Produktion und dem Konsum privater Güter die naturgebenden Gemeinschaftsgüter in einem Maße ausgebeutet werden, dass die Absorptions- und Regenerationsfähigkeiten des Ökosystems übersteigt“. Vgl. Scherhorn, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 284f

[1069] Vgl. Aberle (2009), S. 578

[1070] Balderjahn/Scholderer (2007), S. 157

[1071] Vgl. Scherhorn (2005), S. 5

[1072] Anmerkung: „Dass es die sozialen Kosten gibt und dass sie gemeinhin nicht zur Kenntnis genommen werden, ist Ökonomen natürlich wohlvertraut; doch überwiegend nimmt man die Unkenntnis als gegeben hin, statt darauf zu drängen, dass die Kosten transparent gemacht werden“. Scherhorn, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 285

schließlich, dass Schadenswirkungen nicht hinreichend erfasst und monetär bewertet werden können, auch die erforderliche Zurechnung auf die einzelnen Verursacher scheint weitestgehend nicht durchführbar zu sein.[1073] Schlussendlich wird nachhaltiges Produzieren und Konsumieren dadurch diskriminiert, wenn der Usus darin besteht, von der Externalisierung privater Kosten zu profitieren.[1074] „Weil die gesellschaftliche Infrastruktur naturschonendes Verhalten mit höheren privaten Kosten belegt als naturschädigendes, müssen diejenigen, die zur Umweltschonung motiviert sind, gegen das Gefühl handeln, von der Gesellschaft ungerecht behandelt zu werden".[1075]
Ein beträchtlicher Teil der Konsumenten meint, Unternehmen sollen für die von ihnen verursachten Umweltschäden aufkommen, bedenken dabei vermutlich nicht die finanziellen Konsequenzen, die ihnen selbst zufallen.[1076] Da am Ende Konsumenten die Umweltkosten tragen, stellt dies noch dazu eine zusätzliche Belastung für ihr Haushaltsbudget dar, sodass ein solches Konzept keineswegs auf breite Akzeptanz stoßen dürfte.
Dilemmatisch ist ferner das massive Innovationen in die ökologischen Qualitäten der Produkte und Dienstleistungen oft mit steigenden Kosten und/oder Abstrichen in der Bequemlichkeit im Konsum verbunden sind, aber kaum durch die Märkte honoriert werden und deshalb wenig lukrativ erscheinen. [1077]

Ein Ausweg oder eine Änderung des nicht nachhaltigen Verbraucherverhaltens ist in absehbarer Zeit nicht in Sicht, obwohl Umweltschutz medial gesehen in den letzten Jahren einen hohen Stellenwert einnahm. Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaproblematik laufen Gefahr Randthemen zu werden, zumal sich der Fokus der Berichterstattungen (und damit auch die Sorgen der Bürger) gegenwärtig eher auf die europäische Finanzkrise und die Entwicklung der europäischen Wirtschafts- und Währungsunion richtet.

5.8 Die Europäische Union und ihre Bürger

Ein repräsentativer Stimmungsindikator bezogen auf die Europäische Union ist der Eurobarometer, dessen Ergebnisse mehrmals jährlich von der Europäischen Kommission veröffentlicht werden. Einige für den Erhebungszeitraum dieser Arbeit relevante Erkenntnisse sollen im Folgenden dargestellt werden.
Die Bürger der Europäischen Union beurteilen die wirtschaftliche Situation Europas sowie auch die Weltwirtschaftslage annähernd gleich schlecht.[1078] Die nationale Wirtschaftssituation wird dahingegen als ein wenig positiver eingeschätzt, wobei es

[1073] Vgl. Aberle (2009), S. 576ff
[1074] Vgl. Scherhorn (2005), S. 3
[1075] Scherhorn, in: Rosenkranz/Schneider (2000), S. 290
[1076] Laut der qualitativen Voruntersuchung zur Studie „Konsumenten und Umwelt 3" sind 90% der Befragten dafür. Vgl. Simperl (2005), S. 28
[1077] Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein (2009), S. 703
[1078] Vgl. Abb. 26

hier teils gravierende Länderunterschiede gibt.[1079] „So scheint die Wirtschaft einiger Länder die Krise überwunden zu haben, andere wiederum scheinen weiterhin von der Krise betroffen zu sein“.[1080] Österreicher sind vergleichsweise optimistisch (62%), wohingegen in stark krisengezeichneten Ländern wie Portugal, Bulgarien, Spanien, Irland und vor allem Griechenland der Anteil der Optimisten deutlich unter 10% liegt.[1081]

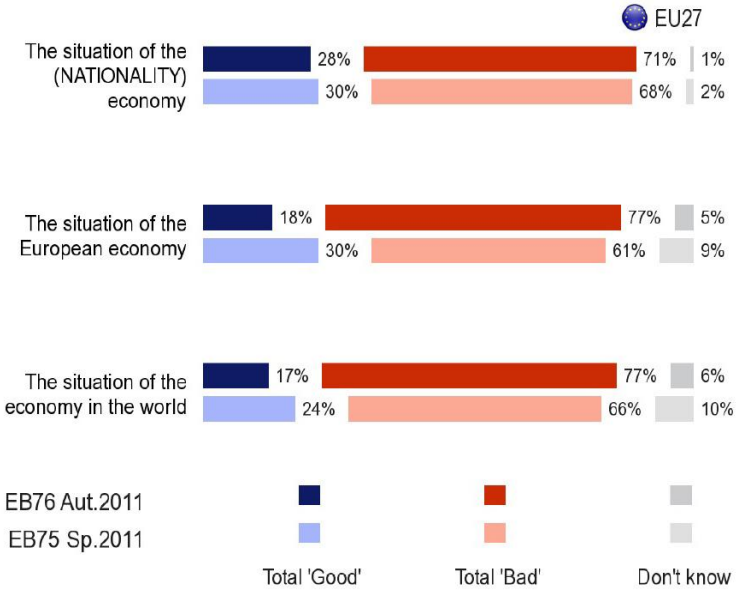

Abb. 25: Wahrnehmung der Wirtschaft durch EU-Bürger (EU27)

Quelle: Europäische Kommission: Eurobarometer 76 (2011), S. 6

Die Wirtschaftslage ist nach Ansicht ihrer Bürger sogar das dringlichste Problem der EU (59%), gefolgt von der Finanzgebarung der Mitgliedsstaaten (31%).[1082] Zur Krisenbekämpfung sei die Europäische Union die geeignetste Institution (23%), bzw. knapp dahinter die nationalen Regierungen der einzelnen Mitgliedsstaaten (20%).[1083] Seit Einsetzen der europäischen Finanzkrise sind Image und Vertrauen in Institutionen der EU allerdings tendenziell gesunken.[1084] Nur je 16% schätzen, dass die wirtschaftliche Lage der eigenen Nation, der EU und der Welt sich zum Besseren entwickelt, ein Drittel geht eher davon aus, dass sie gleich bleibt, wohingegen zwischen 40 und 45% meinen, dass es noch schlimmer werden wird.[1085]

[1079] Vgl. Europäische Kommission (2011c), S. 6
[1080] Europäische Kommission (2011a), S. 4
[1081] Vgl. Europäische Kommission (2011c), S. 9
[1082] Beide Problemfelder haben in wenigen Monaten an Bedeutung gewonnen. Vgl. Europäische Kommission (2011c), S. 12
[1083] Vgl. Europäische Kommission (2011c), S. 17
[1084] Vgl. Europäische Kommission (2011c), S. 19ff
[1085] Vgl. Abb. 27

Dass die Stimmung in Österreich ein wenig besser ist als im EU-Schnitt, belegen auch die Leitfadeninterviews. Mehr als die Hälfte der befragten Personen hat eher ein gutes Gefühl hinsichtlich der künftigen wirtschaftlichen Entwicklungen innerhalb der Union, unter den Pessimisten sind jedoch nahezu alle über 60jährigen. Insgesamt sind es 42%, die der Meinung sind, in der EU würden sich die Dinge in die falsche Richtung entwickeln.[1086]

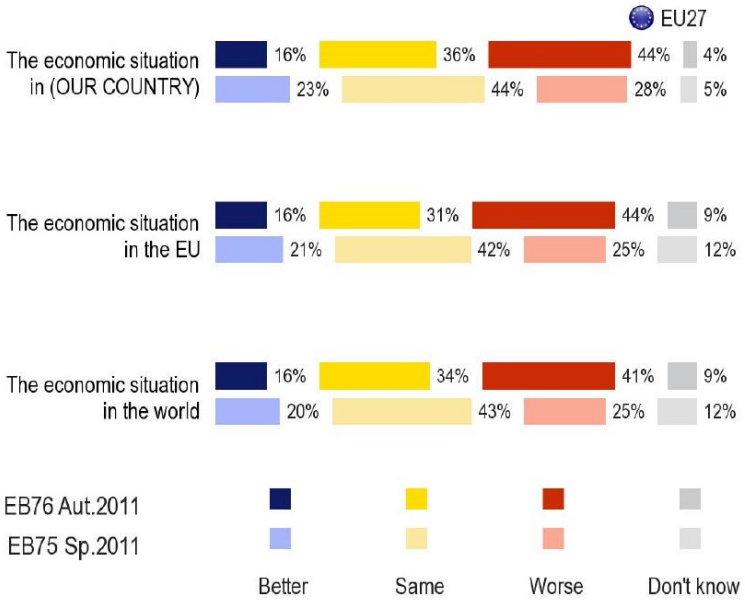

Abb. 26: Von EU-Bürgern (EU27) erwartete wirtschaftliche Entwicklungen für die kommenden 12 Monate

Quelle: Europäische Kommission: Eurobarometer 76 (2011), S. 13

Wie schon in den Abschnitten 5.6 und 5.7 festgestellt, zählen die kontinuierlichen Preissteigerungen mitunter zu den größten Sorgen der Österreicher.[1087] Auffällig viele Österreicher empfinden die Teuerungsrate als für sie bedeutendste Änderung seit dem EU-Beitritt ihres Landes, Preissenkungen wurden von den interviewten Personen kaum angesprochen. Eine weitere wichtige Wahrnehmung der Verbraucher in diesem Sinne ist die nun größere Produktauswahlmöglichkeit im Alltag, wobei diese aufgrund des höheren Anteils an ausländischen Erzeugnissen nicht durchwegs positiv aufgenommen wird. Um vorerst bei den empfundenen Vorteilen des EU-Beitritts zu bleiben: wohlwollend betrachtet man die verbesserte Niederlassungs- und Reisefreiheit, sowie Erleichterungen des Zahlungsverkehrs, allem voran durch die einheitliche Währung Euro. Genannt wurden weiters auch wirtschaftliche Vorteile und die Friedenssicherungsfunktion der Gemeinschaft. Jeder Zehnte kann der EU nichts Positives abgewinne, womit wir bei den empfundenen Nachteilen angelangt wären. Skeptisch gegenüber eingestellt ist man dem teuren europäischen Regierungsapparat,

[1086] Vgl. Europäische Kommission (2011a), S. 34

[1087] Eine zunehmende Besorgnis aufgrund der Inflation und der steigenden Preise zeigt sich vor allem in jenen Ländern, in denen die Wirtschaftssituation bereits positiver beurteilt wurde. Vgl. Europäische Kommission (2011a), S. 4

der wegen Fällen von Korruption und Amtsmissbrauch auf sich aufmerksam machte. Ebenso kritisch betrachtet wird der Verlust nationaler Souveränität bedingt durch Kompetenzabtretungen an Organe der EU. Die Reisefreiheiten des Schengen-Abkommens werden nicht ausschließlich wohlwollend hingenommen, sondern tragen aufgrund der jüngsten Grenzöffnungen bei Teilen der Bevölkerung zu Verunsicherungen bei, da mit einem Anstieg krimineller Aktivitäten gerechnet wird. Das Misstrauen gegenüber dem europäischen Ausland kann generell als recht hoch bezeichnet werden, so sieht man sich durch finanzschwache Volkswirtschaften zunehmend bedroht.

Schlussfolgerungen, Ausblick und Handlungsempfehlungen:
Sieht man sich aktuelle Erhebungen an, gewinnt man den Eindruck, die Europäische Union schlittere immer weiter in eine Image- und Vertrauenskrise. Da sich künftige wirtschaftliche Entwicklungen schwer einschätzen lassen, macht sich eine zunehmende Unsicherheit unter den Bürgern breit, in Österreich überwiegt der Optimismus allerdings noch leicht. Zur negativen Stimmung und Verunsicherung tragen freilich auch die vielen Negativberichterstattungen der Medien bei. Am meisten sorgen sich die Menschen hierzulande aufgrund der anhaltenden Inflation und der finanziellen Notlagen einiger Mitgliedsstaaten, durch die der eigene nationale Wohlstand gefährdet gesehen wird. Der Solidaritätsgedanke ist in Österreich nicht sonderlich ausgeprägt, da man sich immer noch eher als Österreicher fühlt, denn als Europäer – so kommt es, dass die Bereitschaft für Krisen anderer Mitgliedsländer aufzukommen denkbar gering ist, bzw. für einigen Unmut sorgt. Um den innereuropäischen Zusammenhalt zu fördern und die Handlungen supranationaler Institutionen für die Bevölkerung transparent und nachvollziehbar zu gestalten, dürften noch einige Informations- und Imagekampagnen erforderlich sein.

Die einschneidendste sichtbare Veränderung im Alltag der Österreicher seit dem Beitritt zur europäischen Wirtschafts- und Währungsunion stellte die Einführung einer gemeinschaftlichen Währung namens „Euro“ dar. Inwieweit die nun nicht mehr ganz so neue Währung mittlerweile auf Akzeptanz stößt, bzw. wie gut Konsumenten mit deren Handhabung zurechtkommen, wird im letzten Abschnitt dieser Arbeit erläutert.

5.8.1 Erfahrungen der Konsumenten mit dem Euro

Vor nunmehr zehn Jahren, genauer gesagt am 1. Jänner 2002, ersetzten die Euro-Banknoten und -Münzen in zwölf EU-Mitgliedsstaaten die bislang etablierten nationalen Währungen. Im Verlauf der Umstellungsphase reagierten die betroffenen Bürger teils verängstigt und skeptisch, bzw. befürchteten, sich bei Transaktionen zu irren oder gar bewusst getäuscht zu werden.[1088] Man war also einerseits bezüglich der monetären Stabilität der Währung besorgt, letztendlich aber auch über die eigenen

[1088] Vgl. Gamble (2007), S. 333

Fähigkeiten, sich an das neue Zahlungsmittel adäquat anpassen zu können.[1089] Die Bürger mussten lernen, mit den neuen Münzen und Scheinen zurechtzukommen und nebenher die Preise in der neuen Währung evaluieren, bzw. sich ein intuitives Wertsystem zurechtlegen.[1090] Ein erschwerendes Element bei der Umrechnung war in Österreich die unvorteilhafte Wertrelation zwischen Schilling und Euro.[1091] Wegen dem niedrigeren nominalen Wert des Euro kam es zusätzlich zur Euro-Illusion, ein Phänomen, welches Preise in Euro niedriger erscheinen lässt, als in der vorherigen nationalen Währung.[1092] Der niedrigere nominelle Wert verleitet somit zu einer großzügigeren Budgetplanung und demzufolge zu vermehrtem Konsum.[1093]
Eine auf Österreich bezogene qualitative Euroeinführungs-Begleitforschung kam zu dem Ergebnis, dass die Bevölkerung mit kleineren Geldbeträgen bei häufiger vorkommenden Anschaffungen schnell zurecht kam, wohingegen höhere Beträge bei außergewöhnlichen Transaktionen noch längere Zeit Schwierigkeiten bereiteten.[1094]
Bei der Handhabung der Münzen gab es im ersten Jahr nach der Einführung wegen der schwierigen Differenzierbarkeit noch einige Probleme.[1095] Im Gegensatz dazu wurde die Handhabbarkeit der Scheine von Anfang an deutlich positiver betrachtet.[1096]

Knapp zehn Jahre nach der Einführung werden keine nennenswerten Schwierigkeiten bezüglich der Manipulation des Zahlungsmittels mehr berichtet. Von einem Drittel der Befragten wird allerdings nach wie vor die niedrige Unterscheidbarkeit der einzelnen Kleingeldmünzen bemängelt. Der Löwenanteil der Beschwerden geht von den unter 45jährigen aus. Von einem „Verbraucherproblem“ im eigentlichen Sinne kann diesbezüglich trotzdem nicht die Rede sein. Nicht ganz so positiv sieht es mit der Umrechnung in die alte Währung aus. Mehr als jeder Zweite rechnet zumindest gelegentlich bei teureren und ungewöhnlicheren Anschaffungen die Preise in Schilling um – wenn auch nur sporadisch und zu Kontrollzwecken. Ältere Menschen, besonders die über 60jährigen, scheinen sich die Praxis des Umrechnens noch nicht gänzlich abgewöhnt zu haben, nichtsdestotrotz gibt es heute kaum noch jemanden, der auch bei kleineren, alltäglichen Anschaffungen noch umrechnet. Menschen unter 30 tun dies generell nicht mehr – die jüngsten Befragungsteilnehmer scheinen den Bezug zum Schilling sogar gänzlich verloren zu haben, zumal sie quasi mit dem Euro aufgewachsen sind. Dass die Währungsumrechnung mittlerweile nur wenig ratsam ist, verdeutlichte bereits Abschnitt 3.2, denn die seither deutlich zugenommene Inflation ergibt ein stark verzerrtes Bild, wodurch es bei den Menschen zu einer sogenannten „gefühlten Inflation“ kommt, welche den Eindruck entstehen lässt, der Euro hätte das

[1089] Vgl. Mussweilter/Englich (2003), S. 285
[1090] Vgl. Hoffmann/Kirchner/Kamleitner (2007), S. 367f
[1091] Vgl. Kollmann/Simperl/Huber (2003), S. 58
[1092] Vgl. Hofmann/Kirchner/Kamleitner (2007), S. 368
[1093] Vgl. Kollmann/Simperl/Huber (2003), S. 16
[1094] Vgl. Kollmann/Simperl/Huber (2003), S. 6ff
[1095] Vgl. Kollmann/Simperl/Huber (2003), S. 9
[1096] Vgl. Hofmann/Kirchner/Kamleitner (2007), S. 372

Leben sichtlich verteuert.[1097]
Bereits im Vorfeld der Euroeinführung befürchteten viele Konsumenten baldige oder zumindest schleichende Preissteigerungen bei Konsumgütern.[1098] Signifikante Verteuerungen, die über die übliche Inflationsrate hinausgingen, konnten während der Umstellungsphase bis auf wenige Ausnahmen jedoch nicht nachgewiesen werden.[1099] Lediglich in einigen Dienstleistungsbereichen und in der Gastronomie kam es zu vereinzelten Preisaufrundungen.[1100]
Merkliche Verteuerungen orten Verbraucher heutzutage allem voran im Nahrungsmittelsektor und im Bereich Miete und Wohnen, häufiger werden ansonsten noch die Gastronomie und Energie (inkl. Treibstoff) erwähnt. Verbilligungen hingegen konnten die Befragten am ehesten noch bei technischen/elektronischen Produkten beobachten, vereinzelt auch bei Bekleidung, Telefonie und Internet.
Während Preissenkungen noch eher als Resultat von Wettbewerb, Skaleneffekten und Globalisierungstendenzen gesehen werden, ist man sich angesichts der Preiserhöhungen nicht ganz sicher, inwieweit der Euro im Vergleich zu anderen Faktoren dafür maßgeblich die Verantwortung trägt – die Meinungen gehen hier recht weit auseinander.[1101]

Schlussfolgerungen und Ausblick:
Der Umgang mit dem Euro als Zahlungsmittel bereitet den Verbrauchern im Großen und Ganzen keine gravierenderen Probleme mehr. Rund zehn Jahre nach dessen Einführung haben sich österreichische Verbraucher vollends an dessen Erscheinungsbild gewöhnt sowie an das Wertsystem angepasst – mit Ausnahme von einigen älteren Verbrauchern hinsichtlich größerer, ungewöhnlicherer Anschaffungen. Auch wenn vereinzelte Personen einräumen, den „guten alten Schilling“ zu vermissen, so ist es mittlerweile wohl so gut wie niemandem mehr ein ernsthaftes Anliegen, die alte nationale Währung zurückzubekommen. Mag die Akzeptanz doch recht hoch sein, spürt man dennoch eine wachsende Sorge bezüglich der Stabilität des Euroraumes. Die Zukunftsfähigkeit der Währungsunion wurde mehrfach in Frage gestellt – verständlicherweise fürchten Bürger um ihre hart verdienten Ersparnisse, sogar von einer möglichen Auflösung des Euroraumes oder einer drohenden Geldentwertung war bei den Leitfadeninterviews die Rede. Derart düstere Szenarien, wie sie sich einige Interviewteilnehmer ausmalen, dürften für die Konsumenten eher einen Anreiz zu vermehrtem Konsum denn zum Sparen darstellen. Insgesamt üben sich österreichische Bürger dann doch eher in Zweckoptimismus, zumal sie sich ohnehin nicht in der Lage sehen, als Einzelpersonen die schwer erfassbaren (gesamt)wirtschaftlichen Entwicklungen maßgeblich zu beeinflussen.

[1097] Zu einer eingehenderen Auseinandersetzung mit dem Phänomen der gefühlten Inflation vgl. Traut-Mattausch et al (2004), S. 422ff
[1098] Vgl. Traut-Mattausch et al. (2004), S. 422ff und Gamble (2007), S. 333ff
[1099] Vgl. Kollmann/Simperl/Huber (2003), s. 25
[1100] Vgl. Kollmann (2004), s. 7
[1101] Am häufigsten wird von sogenannten „Aufrundungen“ im Zuge der Währungsumstellung gesprochen, nichtsdestotrotz erkennen insbesondere die formal besser Gebildeten eher die Inflation als Ursache hinter den Preissteigerungen.

6. ZUSAMMENFASSUNG

Wie schon in den Jahren 2004 und 2008 führt die AK Wien auch im Jahr 2012 eine quantitative Repräsentativstudie hinsichtlich der Meinungen, Einstellungen, Einschätzungen, Verhaltensweisen und Probleme von Konsumenten durch – diesmal unter dem Projekttitel „Konsumenten 2012“. Es ist notwendig, die Studie regelmäßig zu wiederholen, um anhand aktueller Daten eventuelle Veränderungen im Verbraucherdenken und -verhalten ausmachen zu können. Die vorliegende Diplomarbeit ist als qualitative Voruntersuchung zu verstehen. Als Methode wurde die persönliche Befragung von 30 Personen mittels Interviewleitfaden gewählt; ergänzend bekamen die Interviewteilnehmer einen standardisierten Fragebogen vorgelegt. Sowohl der Interviewleitfaden als auch der Fragebogen wurden in Kooperation mit der AK Wien erstellt. In einem Zeitraum von Ende August bis Ende Oktober 2011 fand die Feldforschung im Raum Wien und Umgebung statt. Die Stichprobe wurde dabei so zusammengestellt, dass sie die österreichische Bevölkerung entsprechend repräsentiert. Alle geführten Interviews wurden unter Einverständnis der Befragungspersonen per Tonbandgerät aufgezeichnet und sind in Form von Transkripten im Anhang zu finden.
Der Bericht zur Pilotstudie hält die Ergebnisse der ausgewerteten Transkripte dokumentarisch fest und floss als integraler Bestandteil in die Diplomarbeit ein; zusätzlich wurden die Erkenntnisse mit verwandten Studien verglichen und aufbauend darauf Schlussfolgerungen gezogen, sowie Handlungsempfehlungen für die (Konsumenten-)Politik abgegeben. Im Zuge der Leitfadeninterviews wurden viele konsumbezogene Themenbereiche und Problemfelder angesprochen, die wichtigsten Erkenntnisse werden nachfolgend zusammengefasst.

Ganz allgemein gesehen scheint es Verbrauchern schwer zu fallen Fremdeinschätzungen vorzunehmen. Es kam in diesem Sinne häufig zu Bewertungsschwierigkeiten, was ein Hinweis darauf ist, dass Verbraucher recht unkritisch sind – zB die Haltbarkeit von Konsumgütern betreffend – und Verbraucherprobleme innerhalb ihres sozialen Umfeldes kaum thematisieren. Auffällig sind zum Teil auch widersprüchliche Aussagen und Einschätzungen, besonders bei Themenbereichen wie der Warenkennzeichnung, dem Verbraucherwissen, der Haltbarkeit von Konsumgütern oder der Nachhaltigkeit. Dies legt folgenden Schluss nahe: Konsumenten dürften demnach in vielerlei Hinsicht nicht genau wissen was sie wollen, sind unreflektiert, uninformiert, desinteressiert, überschätzen sich selbst oder sehen die Verantwortung bezüglich der Abschaffung von Missständen nicht bei sich selbst.

Ernsthafte Versorgungsschwierigkeiten wurden keine berichtet, nichtsdestotrotz können Einkäufe am Land wegen der geringen Siedlungsdichte fast ausschließlich mit einem Pkw durchgeführt werden. In urbanen Gebieten greift man dahingegen weit seltener auf ein Auto für die alltäglichen Beschaffungen zurück.

Sehr differenziert fallen die Einstellungen zu den täglichen Einkäufen aus – für manch einen kann es eine willkommene Abwechslung sein (eher Frauen und Ältere), die Hauptkritikpunkte sind allerdings der damit verbundene Zeitaufwand und das Aufkommen von Stress durch Gedränge und lange Wartezeiten an den Kassen. Beliebt sind deshalb Großeinkäufe zur Nutzung von Synergie-Effekten. Längeres Suchen nach bestimmten Produkten führt zu Frusterscheinungen und kommt eher bei weniger routinierten Einkäufern vor und vorwiegend in größeren/unbekannten Supermärkten. Mit der Fülle an Auswahlmöglichkeiten ist man insgesamt zufrieden, das Sortiment wird dennoch in größeren Supermärkten wegen der damit einhergehenden Unübersichtlichkeit tendenziell als etwas zu umfassend empfunden (eher von über 50jährigen). Manche Produktgruppen könnten nach Verbrauchersicht ruhig ein flacheres (zB Süßigkeiten oder Getränke) bzw. tieferes (Bioprodukte oder gesunde Qualitätsprodukte) Sortiment bieten.
Mehrfach äußerte sich der Wunsch nach gesundheitsverträglichen Produkten, die sich als solche auch eindeutig identifizieren lassen – Österreichische Herkunft wird dabei häufig mit hoher Qualität und Umweltverträglichkeit in Verbindung gebracht. Wichtig hinsichtlich ordnungsgemäßer Kennzeichnung sind zudem noch das Ablaufdatum und der Preis. Der spezifische Preis findet weit weniger Beachtung als der Endpreis, was in erster Linie auf seine unscheinbare Abbildung zurückzuführen ist. Generell dürften die teilweise zu klein geratene Schriftgröße und die mangelhaften Kontraste älteren Personen Schwierigkeiten bereiten.
Verunsicherung besteht bei Gütezeichen, deren Beachtung mehrheitlich verneint wird. In den meisten Fällen ist es für Konsumenten unklar, welche Vergabekriterien dahinter stecken und was mit einem Gütezeichen eigentlich auszusagen versucht wird. Zwar mag die Aufpreisbereitschaft bei Vorhandensein von diversen Siegeln/Zeichen etwas höher sein, sofern klar ersichtlich ist, welche Kriterien konkret damit verbrieft werden, allerdings ist die Bereitschaft selbständig Informationen darüber einzuholen mangels Interesses denkbar gering. Hierbei fällt auch die Vielzahl an unterschiedlichen Güte- und Markenzeichen negativ ins Gewicht. Mit Abstand am bekanntesten sind die Gütesiegel der AMA, sowohl anhand gestützter als auch ungestützter Nennungen.
Die angeführten Informationen auf den Verpackungen werden in Summe teils als zu viel, teils als zu knapp empfunden, dennoch wollen Verbraucher insgesamt die Warenkennzeichnung nicht lange analysieren müssen, sondern auf einen Blick die für sie wesentlichen Informationen erkennen können. Bezüglich der Inhaltsstoffe und der tatsächlichen Herkunft der Rohstoffe misstrauen Verbraucher dem Wahrheitsgehalt der Angaben, oder sie verstehen die Bezeichnungen und Abkürzungen nicht. Vielfach wird sogar von gezielter Täuschung und arglistigen Verschleierungen gesprochen. Entsprechend sorgfältige Kontrollen seitens Institutionen des Konsumentenschutzes sind in jenem Hinblick in hohem Maße erwünscht und werden auch erwartet. Gerade der Lebensmittelbereich, in weiterer Folge aber auch Medikamente werden als über die Maßen schützenswert erachtet; gefolgt von Bereichen, die für Verbraucher nicht immer ganz transparent sind, wie die Rechte bei Internetgeschäften, diverse Finanzgeschäfte oder der Mieterschutz.

Verglichen mit den Anschaffungen des täglichen Bedarfs unterscheiden sich die Einstellungen zu größeren Anschaffungen. Nicht nur wird weit häufiger von einem Erlebnis und Vorfreude gesprochen, auch der Aufwand der Informationsbeschaffung ist teils beträchtlich höher, schließlich will die Gefahr von Fehlallokationen beschränkter Finanzmittel möglichst minimiert sein. In der Regel werden umso mehr Preisvergleiche durchgeführt, desto teurer und außergewöhnlicher eine Anschaffung ist. Der Vorgang der Informationsbeschaffung wird eher dann als negativ empfunden, sofern Kenntnisse rund um das Produkt weitestgehend fehlen, nur mangelhaftes Interesse an der Sache besteht, bzw. eher der Gebrauchswert im Vordergrund steht. Einen sehr hohen Stellenwert nimmt die Beratung im Geschäft ein, andererseits zeigen sich auch vereinzelte Vorbehalte gegenüber dem Verkaufspersonal. Die Recherche im Internet gewinnt besonders bei jüngeren Menschen zusehends an Bedeutung, selbiges gilt für Bestellungen und Zahlungsabwicklungen per Internet. Geschätzt werden dabei die schnelle, bequeme und kostengünstige Abwicklung, nichtsdestotrotz schränkt das Risikoempfinden die Nutzung teils drastisch ein. Transaktionen mit dubiosen Anbietern werden tendenziell eher gemieden. Sollten dennoch Fälle von Missbrauch und Betrug auftreten, wird in der Regel eine Konsumentenschutzberatung in Anspruch genommen.
Das Verbraucherwissen rund um Verbraucherrechte, -beratung und Rechtsdurchsetzung ist eher gering ausgeprägt. Detailinformationen werden von einer Mehrheit erst bei wahrgenommenem Bedarf eingeholt und kaum präventiv. Mit Ausnahme der AK und zusehends auch dem VKI sind den Verbrauchern Institutionen des Konsumentenschutzes kaum geläufig. Die aktive Informationsbereitschaft ist relativ niedrig, ähnlich dem politischen Interesse und Engagement.

Werbung wird in den seltensten Fällen als wertvolle Informationsquelle im Kaufentscheidungsprozess angesehen.[1102] Teilweise spricht man ihr Unterhaltungswert zu, größtenteils wird sie allerdings als lästig und störend bezeichnet. Belästigende Elemente sind primär die Allgegenwärtigkeit von Werbeträgern und die offensichtlichen Manipulationsversuche. Obwohl Werbemaßnahmen im Grunde kaum kritisch hinterfragt werden, sehen Verbraucher eine hohe Einflussnahme auf das Verbraucherdenken und -verhalten davon ausgehend. Kommerziellem Marketing wird nur eine äußerst geringe Vertrauenswürdigkeit zugesprochen. Nach derzeitigem Stand der Forschung sind zahlreiche wirksame Methoden der unbewussten Beeinflussung von Konsumenten bekannt, welche in der Praxis wohl auch zum Nachteil der Konsumenten angewandt werden. Derzeit wissen Konsumenten noch zu wenig über die Methoden und Instrumente der Werbeindustrie, dementsprechend sind ihre Fähigkeiten Manipulationsversuche effektiv zu durchschauen und kognitive Gegenstrategien zu entwickeln noch eher als mangelhaft zu werten. Tendenzen, sich gegen Werbeflut zur Wehr zu setzen, sind durchaus vorhanden, so werden

[1102] Am informativsten wertet man in dieser Hinsicht Prospekte/Postwurfsendungen, wenngleich ein Großteil unbeachtet im Altpapier landet.

beispielsweise als Abwehr gegen Spam-Mails sogenannte Spam-Filter verwendet, „Bitte kein Reklamematerial"-Aufkleber an Briefkästen angebracht oder es wird während Werbeblöcken im Fernsehen kurzerhand der Kanal gewechselt. Andererseits werden formale Beschwerden bei wahrgenommenen Schlechtleistungen betreffend Waren und Dienstleistungen oftmals unterlassen, da der Aufwand subjektiv als zu hoch eingestuft wird, oder man davon ausgeht, dass eine Beschwerde keinen gewünschten Effekt nach sich ziehe. Scheinbar haben sich Konsumenten teilweise mit mangelhaften Leistungen und Unzulänglichkeiten im Anbieterverhalten abgefunden.

Betreffend der Inbetriebnahme von Geräten ergeben sich Verbraucherprobleme am ehesten angesichts von Bedienungsanleitungen, analoges gilt auch für Montageanleitungen bei Möbeln und dergleichen. Anleitungen werden von den Verbrauchern gegebenenfalls entweder als zu komplex und für den Laien unverständlich beschrieben, sodass sie abschreckend wirken, oder aber auch als zu wenig detailliert, schwammig formuliert und unvollständig.
Im Bezug auf die Nutzung von Zusatzfunktionen ergibt sich kein klares Bild, abgesehen davon, dass diese tendenziell eher bei jüngeren, gebildeteren und einkommensschwächeren Menschen Verwendung finden.

Gemäß den Fremdeinschätzungen der Interviewteilnehmer sind Konsumenten im Gesamten mit der Haltbarkeit ihrer Konsumgüter eher zufrieden, sofern sie dazu in der Lage sind, die zu erwartende Qualität im Vorfeld entsprechend zu eruieren. Von sogenannten Billigprodukten würde man sich generell keine sehr hohe Lebensdauer erwarten, anders bei Qualitätsprodukten, wo die erwartete Lebensdauer dementsprechend höher ausfällt. Ein Soll-Ist-Vergleich hinsichtlich der Lebensdauer verschiedener Produktgruppen ergab, dass die Ist-Werte konstant unterhalb der Soll-Werte liegen, wobei elektronische Produkte und technische Geräte im Vergleich etwas schlechter bewertet wurden. Mit Großgeräten ist man in Summe zufriedener als mit Kleingeräten. De facto äußerte sich verbal der Wunsch nach länger haltbaren und reparaturfreundlicheren Konsumgütern. Dem entgegen stehen Güter, in denen nicht ausschließlich der Gebrauchswert gesehen wird, sondern die zusätzlich statusgebend, prestigeträchtig und identitätsstiftend sind. Hier besteht das Bedürfnis, sich unabhängig der tatsächlichen Lebensdauer in bestimmten Intervallen mit neuen Waren auszustatten. So ist die eigentliche Nutzungsdauer verglichen mit der theoretisch möglichen Lebensdauer oft weit kürzer, da beispielsweise Kleidungsstücke oder technische Geräte ersetzt werden, sobald sich der Modetrend ändert, respektive ein neueres Modell auf den Markt kommt. Summa Summarum geht der Trend stark in Richtung „schnelllebiger Wegwerfgesellschaft".

Derzeit ist die Lebensweise der Österreicher noch wenig nachhaltig; im Sinne von Ressourcenschonung und Suffizienz besteht noch erheblicher Handlungsbedarf – was von den Bürgern in Summe auch so empfunden wird. Nach Verbrauchersicht wird unter Umweltschutz aber hauptsächlich die gewissenhafte Sortierung von Hausmüll

verstanden, in zweiter Linie der sparsame Umgang mit Energie und Rohstoffen. Es besteht nur eine äußerst geringe Bereitschaft, etablierte Konsumgewohnheiten zu überdenken und umzustellen – vom persönlichen Lebensstil ganz zu schweigen. Sobald Umweltschutz mit Verzicht und Einschränkungen in Verbindung gebracht wird, tritt dieser eher in den Hintergrund. Die Vorstellung von Verringerung des Konsums und Suffizienz mit gleichzeitig aufrechterhaltbarer Lebensqualität konnte sich noch nicht vollends durchsetzen. Bedenklich ist zudem der weit verbreitete Irrglaube, es würde bereits ausreichen scheinbar ökologische Produkte zu kaufen/verwenden. Eine dadurch weniger sorgsame Nutzung könnte durch Auftreten von Rebound-Effekten weit schwerwiegendere Umweltbelastungen zur Folge haben.

Ein grundlegendes Problem ist, dass sich die Menschen hierzulande in hohem Maße über ihre Konsummöglichkeiten und in weiterer Folge auch eher über materiellen Konsum definieren. Verstärkend kommt ein latenter Konsumdruck hinzu, sowie die starke Neigung zu kompensatorischem (Konsum-)Verhalten. Das Ausmaß der Kaufsuchtgefährdung ist in Österreich alarmierend hoch, gerade Jüngere und Frauen betreffend. Trotz leichtem Absinken der realen Kaufkraft ist ein Großteil der Bevölkerung nach eigenen Angaben mit seiner jeweiligen finanziellen Situation durchaus zufrieden, mit Ausnahme von jüngeren Menschen. Die Zufriedenheit ist dabei wenig abhängig vom tatsächlichen Einkommen – zumindest nach außen hin wird Genügsamkeit artikuliert. Derzeit unerfüllte/unerfüllbare Konsumwünsche sind mehrheitlich vorhanden, wiederum aber eher bei jüngeren Personen.

Auf die Wichtigkeit des Vorhandenseins von Sozialkapital innerhalb einer Gesellschaft wurde hingewiesen. Nach den Selbsteinschätzungen der Interviewten ist dieses größtenteils verfügbar – in erster Linie im Hinblick auf Familienangehörige, Freunde und teilweise auch Nachbarn. Allerdings wird die Inanspruchnahme von Hilfen und Gefälligkeiten im sozialen Umfeld je nach Möglichkeit versucht zu vermeiden, wodurch sich eher schwach ausgeprägte soziale Bindungen und Netze schlussfolgern lassen.
Das soziale Miteinander ist nach den Einschätzungen der Interviewten ein wichtiger Faktor im österreichischen Wertsystem. Dazu zählen der höfliche, respektvolle Umgang miteinander sowie sozialverträgliches Handeln und Verhalten. Eine stark materielle Orientierung innerhalb der Gesellschaft geht ebenso aus den Aussagen hervor. Schlussendlich sei es für die Allgemeinheit wichtig, nach außen hin Status, Identität und finanzielle Leistungsfähigkeit zu demonstrieren, was vielfach mittels Anschaffung entsprechender Konsumgüter erreicht wird.

Während des Datenerhebungszeitraumes war die europäische Wirtschafts- und Finanzkrise medial sehr präsent, deshalb ist es nicht weiter verwunderlich, dass eine hohe Verunsicherung bezüglich der künftigen Entwicklungen innerhalb der Europäischen Union vorherrschend ist. Dennoch bleiben österreichische Konsumenten weiterhin mehrheitlich optimistisch, zumal sie im Vergleich zu anderen europäischen

Bürgern verhältnismäßig weniger von den Auswirkungen der Krise betroffen sind. Dem Anschein nach wirkt sich die gegenwärtige Wirtschaftssituation kaum auf das hiesige Konsumentenverhalten aus.
Als gemeinschaftliche Währung stößt der Euro auf eine breite Akzeptanz, was in erster Linie auf die Gewöhnung an das Zahlungsmittel zurückzuführen ist, nebenher auch auf die wahrgenommenen Vorteile im Rahmen innergemeinschaftlicher Finanztransaktionen. Die Manipulation der Münzen und Banknoten bereitet den Konsumenten keine nennenswerten Schwierigkeiten mehr, wenngleich vereinzelt die geringe Unterscheidbarkeit einzelner Münzen kritisiert wird. Bedenklich ist der Umstand, dass nach wie vor ein erheblicher Anteil älterer Verbraucher zumindest gelegentlich bei größeren, ungewöhnlicheren Anschaffungen die Preise zurück in die alte Währung rechnet. Dass diese Praxis, nicht zuletzt aufgrund der seit der Euroeinführung eingetretenen Inflation, wenig ratsam ist, dürfte klar sein.

6.1 Ausblick und Handlungsempfehlungen

Um die Abläufe bei den Anschaffungen des täglichen Bedarfs für Konsumenten angenehmer zu gestalten, bzw. den Wohlfühlfaktor während des Aufenthaltes in Supermärkten zu erhöhen, empfiehlt es sich, effiziente Bezahlungssysteme zu implementieren, welche die Wartezeiten an den Kassen verkürzen und den Bezahlungsvorgang stressfreier werden lassen. In diesem Sinne würden sich beispielsweise RFID-Systeme anbieten. Anfänglich wäre eine derartige Umstellung der Logistik wohl mit hohen Investitionskosten verbunden, auf längere Sicht könnte dementgegen signifikantes Einsparungspotential für Handelsketten, vorrangig aber für Einkäufer (in Form von Zeitgewinn), realisiert werden. Mittelfristig wären wirksame Maßnahmen zur Spitzenglättung denkbar, wobei hier aufgrund der individuellen Präferenzen und Lebenssituationen der Konsumenten nur begrenzt Spielraum vorhanden ist.

Betreffend der alltäglichen Einkaufsfahrten wäre der Verzicht auf motorisierte Individualverkehrsmittel wegen der hohen emissionsbedingten Umweltbelastung zwar wünschenswert, allerdings erscheint dies speziell in spärlich besiedelten Gebieten, in denen die Bevölkerung auf die Nutzung eines Pkws angewiesen ist, nur schwer möglich. Im Lichte dessen wären Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit von regionalen Zustelldiensten oder Sammelfahrten für ältere Personen zu prüfen.

Wie bereits erläutert gibt es Hinweise darauf, dass die bestehende Produktauswahl in größeren Supermärkten teilweise zur Überforderung der Konsumenten beiträgt. Ein umfassenderes Sortiment führt zu vermehrtem Zeitaufwand durch aufwendigere Selektionsprozesse und kann zu resignierenden Konsumenten führen. Entgegenwirken lässt sich dieser Entwicklung womöglich durch gezielte Hilfestellung für Verbraucher. Wie diese genau aussehen könnten, ist von Experten zu ermitteln, denkbar wäre zB die Entwicklung (möglichst objektiver) elektronischer Einkaufshilfen in Form von

integrierten Bordcomputern an Einkaufswägen oder Handhelds, die nicht nur beim Auffinden gesuchter Produkte behilflich sind, sondern auch übersichtlich dargestellte Produkt- und Preisvergleiche ermöglichen. Hier bieten sich in erster Linie kostenlose Applikationen für Smartphones an, wobei die Akzeptanz solcher kurzfristig gesehen stark in Frage zu ziehen ist, besonders im Hinblick auf ältere Bevölkerungsschichten.

Um dem Konsumentenwunsch nach einer leichteren Erkennbarkeit der Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit von Produkten gerecht zu werden, bietet sich die Einführung einer verpflichtenden, transparenten Warenkennzeichnung in Form von Ampelfarben oder eines Punktesystems an. Die dafür heranzuziehenden Kriterien sollten objektiv, überprüfbar und allgemein nachvollziehbar sein. Idealerweise müsste dies auch mit strengen Warenkontrollen einhergehen. Transparente Kennzeichnung ist außerdem vielfach bei den Aspekten Herkunft der Rohstoffe und Produktionsbedingungen erwünscht.
Die Informationen der Warenkennzeichnung sollten insgesamt klar ersichtlich und gut lesbar sein. An dieser Stelle sei speziell der Grundpreis erwähnt, dessen verpflichtende Einführung für bestimmte Güter vor über zehn Jahren zwar theoretisch eine wertvolle Hilfestellung für Verbraucher darstellt, wohingegen seine Nutzung durch die zu kleine Schriftgröße eher unattraktiv ist. Eine entsprechende Verordnung zur deutlicheren Abbildung erscheint sinnvoll.

Vergabekriterien, die hinter Gütezeichen stehen, sind zwar weitestgehend öffentlich einsehbar, dennoch müssten die Informationen diesbezüglich aktiver in die Bevölkerung hineingetragen werden. Es ist anzunehmen, dass die Einprägsamkeit von Marken- und Gütezeichen und in weiterer Folge auch die damit verknüpfte Aufpreisbereitschaft höher sind, wenn am Markt eine überschaubare Anzahl an Zeichen besteht, deren Aussagen entsprechend medial kommuniziert werden.

Die erhobenen Daten ergaben, dass der Schutz der Konsumenten in nahezu allen Lebensbereichen als überaus bedeutsam eingestuft wurde – dementsprechend hoch sind die Erwartungen an Institutionen des Konsumentenschutzes. Seitens der Finanzpolitik sollten also benötigte Mittel zur Verfügung gestellt werden, damit Konsumentenschutzeinrichtungen und Beratungsstellen ihre jeweiligen Aufgaben entsprechend wahrnehmen können. Ein besonders hohes Maß an Schutzbedürftigkeit äußerte sich nicht nur im Bereich der Lebensmittel, sondern sehr stark auch bezüglich Aktivitäten rund ums Internet. Hier wären noch einige wirkungsvolle Maßnahmen zur Risikominimierung zu setzen.

Hinsichtlich der Inbetriebnahme von Geräten oder der Montage von Möbeln sind Anleitungen/Handbücher essenziell, wie sich in den Interviews oft gezeigt hat. Letztendlich sind diese so zu gestalten, dass Konsumenten motiviert werden, sich damit eingehender zu befassen und diese auch ohne große Hürden begreifen können, was in der Praxis laut den Befragungspersonen allerdings nicht immer der Fall sei.

Ein Ausweg aus der in den Interviews oftmals angesprochenen „Wegwerfgesellschaft“ ist bestenfalls dann zu finden, wenn sich Konsumenten gemeinsam organisieren und als gebündelte Kraft Druck auf Produzenten und Anbieter ausüben. Zur Erreichung von ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit ist ein Umdenken in der Bevölkerung vonnöten. Besagtes Umdenken ist jedoch erst dann zu realisieren, wenn sich ein grundlegender Wertewandel innerhalb der Gesellschaft vollzieht. Angesetzt werden sollte hier allem voran im Rahmen der schulischen Bildung, um Menschen bereits in jungen Jahren zu animieren, eine kritische Haltung gegenüber ihrer Alltagswelt einzunehmen, politisch zu partizipieren, bei wahrgenommenen Missständen zu protestieren und sich aktiv und wirkungsvoll zur Wehr zu setzen. Öffentlich thematisiert werden sollten unter anderem das Potential der unbewussten Beeinflussung von Verbraucherdenken und -verhalten. Diesbezüglich müsste Konsumenten beigebracht werden, subliminale Manipulation als solche zu erkennen und entsprechend darauf zu reagieren. Weiters müssten sie in diesem Kontext lernen, ihre eigenen Bedürfnisse zu evaluieren und Werbemaßnahmen kritisch zu hinterfragen. Kinder und Jugendliche sind hier in hohem Maße schützenswert, zumal sie als besonders beeinflussbar gelten und grundsätzlich Druck auf ihre Eltern ausüben können. Diskutiert werden sollten ordnungspolitische Maßnahmen zur Einschränkung missbräuchlicher Verwendung von Methoden der unbewussten Beeinflussung. Ratsam erscheinen deshalb vertiefende Forschungsbeiträge auf diesem Gebiet.
Notwendig wären außerdem gezielte Maßnahmen zur Eindämmung der relativ hohen Kaufsuchtgefährdung in Österreich. Im Fokus sollte dabei nicht ausschließlich die Symptombekämpfung stehen; es empfiehlt sich vielmehr, Konsumenten zu einem vorwiegend immateriellen Lebensstil hinzuführen. Erst wenn das Kollektiv begreift, dass vermehrter Konsum über die Grundbedürfnisse hinaus nicht gleichbedeutend mit vermehrtem Glück ist, lässt sich der Suffizienz-Gedanke dauerhaft in den Lebensgewohnheiten der Bevölkerung implementieren. Langfristig wäre eine Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Ressourcenverbrauch anzustreben, mittelfristig sollten zumindest vermehrte (ökonomische) Anreize geboten werden, sich umweltgerecht zu verhalten, beispielsweise durch die Internalisierung externer sozialer Kosten, soweit dies möglich ist. Der Trend im Zuge der Bewusstseinsbildung sollte es sein, Verschwendungen zu vermeiden, Wiederverwendung und Reparaturen zu forcieren sowie einen rücksichtsvolleren Umgang miteinander und mit der Umwelt zu pflegen. Ein Bewusstsein müsste aus angeführten Gründen ebenfalls für die Bedeutung und das Potential von Sozialkapital geschaffen werden. Auf europäischer Ebene haben sich das Gemeinschaftsgefühl und der Solidaritätsgedanke noch nicht vollends in den Köpfen und Herzen der Bevölkerung verankert – hier wäre noch weitere Aufbauarbeit seitens nationaler Regierungen und den Organen der Gemeinschaft zu leisten.

Die Pilotstudie „Konsumenten 2012“ hat folglich ergeben, dass in mehreren konsumbezogenen Bereichen Verbraucherprobleme und diverse Unzulänglichkeiten evident sind und zur Erlangung ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit teils noch massiver Handlungsbedarf besteht.

QUELLENVERZEICHNIS

ABERLE, G.: Transportwirtschaft: Einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Überlegungen, Oldenbourg Verlag, München 2009

ATTESLANDER, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2006

BALDERJAHN, I. / SCHOLDERER, J.: Konsumentenverhalten und Marketing – Grundlagen für Strategien und Maßnahmen, Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft, Steuern, Recht GmbH, Stuttgart 2007

BAUER, H.H. / SAUER, N.E.: Internetnutzungs- und Online-Kaufverhalten in Deutschland und den USA, in: Wiedmann, K.-P. / Buxel, H. / Frenzel, T. / Walsh, G. [Hrsg.]: Konsumentenverhalten im Internet: Konzepte – Erfahrungen – Methoden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2004, S. 35-56

BECK, B. / STEINER, M.K. / FLOSS, F.: Produktkennzeichnungen am Lebensmittelsektor. Ein Leitfaden durch den Zeichendschungel, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien / Verein für Konsumenteninformation [Hrsg.],Wien 2010

BMASK [Hrsg.]: KonsumentInnen-Barometer, Chartsbericht, Repräsentativstudie im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz, Wien 2011

BMVIT [Hrsg.]: Verkehrsprognose Österreich 2025+, Kapitel 7: Umweltauswirkungen, Endbericht, Wien 2009

BÖGENHOLD, D.: Konsum und soziologische Theorie, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 95-116

BOGNER, A. / MENZ, W.: Expertenwissen und Forschungspraxis: die modernisierungstheoretische und die methodische Debatte um die Experten. Zur Einführung in ein unübersichtliches Problemfeld, in: Bogner, A. / Littig, B. / Menz, W. [Hrsg.]: Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung, VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2005, S. 7-30

BÖMMEL, H.v.: Konsumentensouveränität: Neue Gestaltungsoptionen des Konsumenten in der Postindustriellen Wirtschaft, Metropolis-Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik GmbH, 2003

BROSIUS, H.-B. / KOSCHEL, F. / HAAS, A.: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung, VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlag GmbH, Wiesbaden 2009

BRÜSEMEISTER, T.: Qualitative Forschung. Ein Überblick, VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

DIENDORFER, G.: Abschlussbericht der ExpertInnengruppe „Innovation Demokratie“, Erstellt im Rahmen der Demokratie-Initiative „Entscheidend-bist-Du“ der österreichischen Bundesregierung, Wien 2008

ECKEY, H.F. / STOCK, W.: Verkehrsökonomie, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 2000

EUROPÄISCHE KOMMISSION [Hrsg.]: Eurobarometer 75 – Frühjahr 2011 – Die öffentliche Meinung in der Europäischen Union, Bericht, 2011a

EUROPÄISCHE KOMMISSION [Hrsg.]: Eurobarometer 75 – Frühjahr 2011 – Die EU Bürger, die Europäische Union und die Krise, Bericht, 2011b

EUROPÄISCHE KOMMISSION [Hrsg.]: Eurobarometer 76 – Public opinion in the European Union – First Results, Bericht, 2011c

EUROPÄISCHER RAT: Entschließung des Rates vom 15. Juli 2003 zum Sozial- und Humankapital — Aufbau von Sozial- und Humankapital in der Wissensgesellschaft: Ausbildung, Beruf, sozialer Zusammenhalt und Geschlechterperspektive, in: Amtsblatt Nr. C 175 vom 24/07/2003 S. 3-6

FLICK, U.: Triangulation in der qualitativen Forschung, in: Flick, U. / Kardorff, E. v. / Steinke, I. [Hrsg.]: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg 2000, S. 309-319

FRIES, K.R. / GÖBEL, P.H. / LANGE, E.: Teure Jugend. Wie Teenager kompetent mit Geld umgehen, Barbara Budrich Verlag, Opladen & Farmington Hills, 2007

FRÜH, W.: Inhaltsanalyse, UVK Verlagsgesellschafts mbH, Konstanz 2007

GAMBLE, A.: The “Euro Illusion”: Illusion or Fact?, in: Journal of Consumer Policy, Vol. 30, 2007

GEHMACHER, E.: Sozialkapital – Ein neues OECD Programm, Bericht über die Tagung „Measuring Social Capital“, Budapest 21-23 Mai 2003, in: SWS-Rundschau (43. Jg.) Heft 3/2003, Wien 2003, S. 311-320

GEHMACHER, E.: Sozialkapital zwischen Wirtschaftsliberalismus und sozialer Romantik. Tagung Sozialkapital und nachhaltige Entwicklung, Wien 2004

GEHMACHER, E.: Sozialkapital – Chancen und Grenzen der Methodik, in: SWS-Rundschau (49. Jg.) Heft 1/2009, Wien 2009, S. 103-109

GFK-AUSTRIA / IFES-INSTITUT: Perzeption politischer Themen in den Medien, im Auftrag von: RTR Rundfunk&Telekom Regulierungs-GmbH, Wien 2010

GUGENHEIMER, P.: Methoden der qualitativen Inhaltsanalyse, Studienarbeit, GRIN Verlag, Norderstedt 2005

HALFAR, B.: Zum Konsum kollektiver Güter, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 207-232

HOFMANN, E. / KIRCHNER, E. / KAMLEITNER, B.: Consumer Adaption Strategies: From Austrian Schilling to the Euro, Journal of Consumer Policy, Ausgabe 30, 2007

JÄCKEL, M. / KOCHHAN, C.: Notwendigkeit und Luxus. Ein Beitrag zur Geschichte des Konsums, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 73-93

JAKL, T.: Wenn aus LOHAS BOBOs werden, in: Working Papers Verbraucherpolitik, Verbraucherforschung, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien [Hrsg.], Wien 2010

KELLE, U. / ERZBERGER, C.: Qualitative und quantitative Methoden: kein Gegensatz, in: Flick, U. / Kardorff, E. v. / Steinke, I. [Hrsg.]: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg 2000, S. 299-309

KOLLMANN, K.: Die Euro-Einführung im Rückblick einer österreichischen qualitativen Begleitforschung, in: Forum: Qualitative Social Research, Vol. 5, Nr. 3, 2004

KOLLMANN, K.: Konsumenten 2008 - Aktuelle Konsumeinstellungen und Verbraucherprobleme in Österreich, in: Materialien Konsumentenpolitik 1/2008, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien [Hrsg.], Wien 2008

KOLLMANN, K.: Ohnmacht der Verbraucherinnen und Verbraucher - Ein Beitrag zum alltäglichen Konsumverhalten, zu aktuellen Verbraucherproblemen und zu sinnvollen Lösungen, in: Haushalt und Bildung 3/2010, S. 3-16

KOLLMANN, K. / KAUTSCH, I.: Kaufsucht in Österreich 2011, Kurzbericht zur achten österreichischen Kaufsuchtgefährdungsstudie 2011, in: Materialien Konsumentenpolitik 2/2011, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien [Hrsg.], Wien 2011

KOLLMANN, K. / SIMPERL, K.E.: Konsument und Umwelt 3 – Veränderungen in der Umweltorientierung österreichischer Konsumenten seit 1985, in: Materialien Konsumentenpolitik 1/2006, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien [Hrsg.], Wien 2006

KOLLMANN, K. / SIMPERL, K.E. / HUBER, R.: Endbericht zur qualitativen Euroeinführungs-Begleitforschung – Euro-Einführung in Österreich, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien [Hrsg.], Wien 2003

KOLLMANN, K. / UNGER, A.: Kaufsucht in Österreich 2010, Bericht zur siebten österreichischen Kaufsuchtgefährdungsstudie 2010, in: Materialien Konsumentenpolitik 1/2010, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien [Hrsg.], Wien 2010

KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN [Hrsg.]: Bildung der Wissensgesellschaft: Wechselwirkungen zwischen Sozial- und Humankapital. Arbeitsdokument der Kommissionsdienststellen, 2003

KROEBER-RIEL, W. / WEINBERG, P. / GRÖPPEL-KLEIN, A.: Konsumentenverhalten, Verlag Franz Vahlen GmbH, München 2009

KUMMER, S., EINBOCK, M., WESTERHEIDE, C.: RFID in der Logistik – Handbuch für die Praxis, Bohmann Druck und Verlag, Wien 2005

LIPPE, P.v.d.: Konzeptionelle Probleme des Harmonisierten Verbraucherpreisindex (HVPI/HICP), Thüringer Landesamt für Statistik, 2001. Sechste internationale Fachtagung am 5./6. Juli 2001 in Erfurt, Erfurt 2001, S. 40-49

LÜDTKE, H.: Konsum und Lebensstile, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 117-132

MAYER, H. O.: Interview und schriftliche Befragung: Entwicklung, Durchführung und Auswertung, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München 2008

MAYRING, P.: Qualitative Inhaltsanalyse, in: Flick, U. / Kardorff, E. v. /Steinke, I. [Hrsg.]: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg 2000, S. 468-475

MERTEN, K.: Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis, Westdeutscher Verlag, Opladen 1995

MUSSWEILTER, T. / ENGLICH, B.: Adapting to the Euro: Evidence from bias reduction, Journal of Economic Psychology, Vol. 24, 2003

NIELSEN [Hrsg.]: Vertrauen in Werbung, 2007: http://at.nielsen.com/pubs/documents/TrustinAdvertisingOct07.pdf, am 28.01.2012

PETERS, H.: Devianz und soziale Kontrolle - Eine Einführung in die Soziologie des abweichenden Verhaltens, Juventa Verlag, Weinheim und München 2009

PFISTER, C.: Das 1950er Syndrom. Der Weg in die Konsumgesellschaft, Verlag Paul Haupt, Bern 1995

PLOCK, M. / MÜLLER, B.: Süddeutscher Verbrauchermonitor, Studienteil Bayern, GfK SE [Hrsg.], Bereich GfK Marktforschung, 2010: http://www.vis.bayern.de/verbrauchermonitor/index.htm/, am 29.09.2011

PORST, R.: Fragebogen. Ein Arbeitsbuch, VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2009

PRATZNER, A.: Fragebogen, Internet Umfrage, Online Survey - einfach Umfragen durchführen, Kapitel: Aufbau der Fragen, Projekt der Universität Tübingen, 2010a: http://www.fragebogen.de/aufbau-der-fragen-bei-umfragen.htm, am 14.01.2012

PRATZNER, A.: Fragebogen, Internet Umfrage, Online Survey - einfach Umfragen durchführen, Kapitel: Auswertung, Projekt der Universität Tübingen, 2010b: http://www.fragebogen.de/auswertung-umfrage.htm, am 14.01.2012

RADINGER, R.: Soziales Kapital und PISA-Leistungen – Eine Mehrebenenanalyse, in: Statistische Nachrichten 4/2005, S. 316-327

ROSENKRANZ, D.: Private Lebensformen und Konsum – Oder warum Single nicht gleich Single ist, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 133-148

SCHERHORN, G.: Umwelt, Arbeit und Konsum. Mikroökonomische Aspekte des modernen Konsums, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 283-304

SCHERHORN, G.: Wo bleibt der nachhaltige Konsum?, in: Zeitschrift für Nachhaltigkeit, Heft 1/2005

SCHERHORN, G. / REISCH, L. / RAAB, G.: Kaufsucht. Bericht über eine empirische Untersuchung, Lehrstuhl für Konsumtheorie und Verbraucherpolitik, Universität Hohenheim, Arbeitspapier 50, Stuttgart 1992

SCHNEIDER, N.F.: Konsum und Gesellschaft, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 9-22

SCHMIDT, C.: Analyse von Leitfadeninterviews, in: Flick, U. / Kardorff, E. v. / Steinke, I. [Hrsg.]: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg 2000, S. 447-456

SCHMIDT, J.: Makroökonomische Perspektiven der privaten Nachfrage, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 233-264

SCHORN, R.: Nichtbewusste Beeinflussung von Konsumenten, in: Working Papers Verbraucherpolitik, Verbraucherforschung, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien [Hrsg.], Wien 2010

SCHWEIGER, G. / SCHRATTENECKER, G.: Werbung, UTB Verlag, Stuttgart 2005

SIMPERL, K. E.: Bericht zur Voruntersuchung für die Studie „Konsumenten 2004“, unveröffentlichter Forschungsbeitrag im Rahmen der Studie „Konsumenten 2004“, Wien 2003

SIMPERL, K. E.: Bericht zur qualitativen Voruntersuchung Konsument und Umwelt 2005, in: Materialien Konsumentenpolitik 1/2005, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien [Hrsg.], Wien 2005

SKORA, A.-M.: Das Qualitative Interview, Studienarbeit, GRIN Verlag für akademische Texte, München 2004

SOLOMON, M. / BAMOSSY, G. / ASKEGAARD, S.: Konsumentenverhalten – Der europäische Markt, Pearson Education Deutschland GmbH, München 2001

STATISTIK AUSTRIA: Äquivalisiertes Nettohaushaltseinkommen 2010 nach Erwerbsstatus, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/soziales/haushalts-einkommen/index.html, am 17.01.2012

STATISTIK AUSTRIA: Äquivalisiertes Nettohaushaltseinkommen 2010 nach soziodemographischen Merkmalen, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/soziales/haushalts-einkommen/index.html, am 17.01.2012

STATISTIK AUSTRIA: Bevölkerung 1951 bis 2001 nach demographischen Merkmalen, 2007: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen_registerzaehlungen/bevoelkerung_nach_demographischen_merkmalen/index.html, am 15.09.2011

STATISTIK AUSTRIA: Brutto- und Nettojahreseinkommen 2010 nach Altersgruppen, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/soziales/personen-einkommen/jaehrliche_personen_einkommen/index.html, am 17.01.2012

STATISTIK AUSTRIA: Bruttojahreseinkommen von Frauen und Männern 2010, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/soziales/personen-einkommen/jaehrliche_personen_einkommen/index.html, am 17.01.2012

STATISTIK AUSTRIA: Demographische Abhängigkeitsquotienten und Durchschnittsalter seit 1869, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/index.html, am 15.09.2011

STATISTIK AUSTRIA: HVPI (Basis 2005) monatliche Werte und Inflationsraten von 1995 bis 2011, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/preise/verbraucherpreisindex_vpi_hvpi/022837.html, am 17.01.2012

STATISTIK AUSTRIA: IKT-Einsatz in Haushalten 2011, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html, am 25.01.2012

STATISTIK AUSTRIA: Inflationsraten und Indizes des VPI von 1999 bis 2011, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/preise/verbraucherpreisindex_vpi_hvpi/index.html, am 17.01.2012

STATISTIK AUSTRIA: Jahresdurchschnittsbevölkerung 2010 nach Alter und Bundesland, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/index.html, am 15.09.2011

STATISTIK AUSTRIA: Privathaushalte 1985 – 2010, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/haushalte/index.html, am 15.09.2011

STATISTIK AUSTRIA: Privathaushalte nach Geburtsland der Haushaltsreferenzperson, Haushaltsgröße und Bundesländern - Jahresdurchschnitt 2010, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/haushalte/index.html, am 15.09.2011

STATISTIK AUSTRIA: Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte in Österreich 2010 nach Haushaltstyp, 2010: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/soziales/haushalts-einkommen/index.html, am 17.01.2012

STATISTIK AUSTRIA: Verteilung der Haushalts- und Äquivalenzeinkommen nach Haushaltstyp 2010, 2011: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/soziales/haushalts-einkommen/022294.html, am 17.01.2012

STIHLER, A.: Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 169-186

TGI [Hrsg.]: TGI-Studie: Wie umweltbewusst sind europäische Verbraucher wirklich?, Pressemitteilung, 2011: http://kantarmedia-tgide.com/2011/07/14/tgi-studie-wie-umweltbewusst-sind-europaische-verbraucher-wirklich/, am 27.01.2012

TRAUT-MATTAUSCH, E. / GREITEMEYER, T. / FREY, D. / SCHULZ-HARDT, S.: Illusory Price Increases after the Euro Changeover in Germany: An Expectancy-Consistent Bias, Journal of Consumer Policy, Vol. 30, 2007

TROMMSDORFF, V.: Konsumentenverhalten, Kohlhammer GmbH, Stuttgart 2004

VCÖ [Hrsg.]: Der Weg zu Brot, T-Shirt und iPod, in: VCÖ-Magazin, Ausgabe 2011-04

WENZEL, E. / KIRIG, A. / RAUCH, C.: Greenomics – Wie der grüne Lifestyle Märkte und Konsumenten verändert, FinanzBuch Verlag GmbH, München 2008

WISWEDE, G.: Demographische Konsumsoziologie – Eine vergessene Disziplin, in: Rosenkranz, D. / Schneider, N.F. [Hrsg.]: Konsum – Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Leske + Budrich, Opladen 2000, S. 23-72

Transkripte

Transkript # 1, Leitfadeninterview geführt am 23.09.2011

Transkript # 2, Leitfadeninterview geführt am 15.10.2011

Transkript # 3, Leitfadeninterview geführt am 16.09.2011

Transkript # 4, Leitfadeninterview geführt am 06.10.2011

Transkript # 5, Leitfadeninterview geführt am 13.10.2011

Transkript # 6, Leitfadeninterview geführt am 25.08.2011

Transkript # 7, Leitfadeninterview geführt am 18.10.2011

Transkript # 8, Leitfadeninterview geführt am 17.09.2011

Transkript # 9, Leitfadeninterview geführt am 11.10.2011

Transkript # 10, Leitfadeninterview geführt am 20.10.2011

Transkript # 11, Leitfadeninterview geführt am 04.09.2011

Transkript # 12, Leitfadeninterview geführt am 09.09.2011

Transkript # 13, Leitfadeninterview geführt am 28.10.2011

Transkript # 14, Leitfadeninterview geführt am 30.09.2011

Transkript # 15, Leitfadeninterview geführt am 05.10.2011

Transkript # 16, Leitfadeninterview geführt am 31.08.2011

Transkript # 17, Leitfadeninterview geführt am 09.10.2011

Transkript # 18, Leitfadeninterview geführt am 21.09.2011

Transkript # 19, Leitfadeninterview geführt am 07.09.2011

Transkript # 20, Leitfadeninterview geführt am 13.09.2011

Transkript # 21, Leitfadeninterview geführt am 29.09.2011

Transkript # 22, Leitfadeninterview geführt am 29.09.2011

Transkript # 23, Leitfadeninterview geführt am 24.09.2011

Transkript # 24, Leitfadeninterview geführt am 26.10.2011

Transkript # 25, Leitfadeninterview geführt am 26.09.2011

Transkript # 26, Leitfadeninterview geführt am 22.10.2011

Transkript # 27, Leitfadeninterview geführt am 21.09.2011

Transkript # 28, Leitfadeninterview geführt am 21.09.2011

Transkript # 29, Leitfadeninterview geführt am 28.09.2011

Transkript # 30, Leitfadeninterview geführt am 12.10.2011

Alle Interviews wurden von Andreas Miksik geführt, aufgezeichnet und transkribiert. Die Transkripte befinden sich im Anhang.

ANHANG

Interviewleitfaden

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Andreas Miksik

Guten Tag, mein Name ist Andreas Miksik. Ich bin Diplomstudent an der Wirtschaftsuniversität Wien und schreibe eine Diplomarbeit zum Thema „Konsumenten und Konsum“. Zu diesem Zweck führe ich eine kleine Studie durch, um mehr über die Ansichten, Vorstellungen, Einschätzungen, Probleme, Bedürfnisse und Wünsche von Konsumenten zu erfahren. Ich würde Ihnen nun gerne einige Fragen stellen und bitte Sie darum, zu den jeweiligen Themen Ihre ganz persönliche Meinung auszusprechen. Mich interessiert hier ganz besonders, wie Sie die Dinge sehen.

Wenn Sie einverstanden sind, lasse ich bei unserem Gespräch das Tonbandgerät laufen. Das erleichtert mir die anschließende Auswertung der Interviews. Sie brauchen sich keine Sorgen wegen der Anonymität machen, denn diese bleibt auf jeden Fall gewahrt. Die Interviews werden nämlich vollkommen anonym ausgewertet und ich bin der einzige, der Ihre Antworten zuordnen kann.

Falls es bei einer meiner Fragen zu Unklarheiten kommen sollte, dann würde ich Sie darum bitten, sofort nachzufragen, damit wir Missverständnisse möglichst vermeiden können.

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?
Oder anders gefragt: Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen? Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen? Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein? Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben? Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?
Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für

mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

- Grundpreis (Preis, bezogen auf vergleichbare Grundgröße)
- Ablaufdatum
- Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe
- Herkunftsland
- Hersteller/Produzent
- Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen? Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen? Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders? Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

- Marke
- Preis
- Leistung (technische Daten)
- Aussehen/Design
- Benutzerfreundlichkeit/Bedienung
- Garantiedauer
- Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)

2.1 Kaufentscheidung, Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.). Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)? Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben? Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben (Die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der

ersten Informationssuche)? Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben (Die vergangene Zeit zwischen der ersten Informationssuche und dem tatsächlichen Kauf)?

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen? Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Falls nein: Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden das Internet zum Einkaufen zu verwenden? (fehlende Datensicherheit, mangelhafte Rechtsdurchsetzung, technische Barrieren,…)

Falls ja: Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Worin sehen Sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)? Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

- Schuhe
- Bekleidung
- Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände
- Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)
- Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)
- Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen
- Computer
- Mobiltelefone
- Pkw

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden? Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor? An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in den folgenden Bereichen ist. (Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“)

- Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung von Gen-Technologie,…)
- Medikamente und medizinische Behandlung
- Urlaub und Reisen
- Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel
- Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon
- Haustürgeschäfte
- Wohnung und Grundstücke
- Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)
- Datenschutz allgemein

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu? Fühlen Sie sich belästigt oder informiert?

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann? Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen? Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, spricht: worauf legt man besonders viel Wert? Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert? Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde? Wurde eine Lösung gefunden?

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

- Wohnung
- Wohnumgebung
- Nachbarn
- Verkehrsanbindung
- Lärm

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert? Was sind so allgemein die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen? Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro? Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht? Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist? Falls ja, in welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht? Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Sind sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken? Worauf verzichten Sie da zum Beispiel? Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch? Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen, oder kommt es hier häufiger zu Problemen?

Vielen Dank für das Interview!

1. Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien.

   1 = „für mich sehr wichtig“

   2 = „für mich wichtig“

   3 = „für mich teilweise wichtig“

   4 = „für mich weniger wichtig“

   5 = „für mich unwichtig“

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	
Ablaufdatum	
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	
Herkunftsland	
Hersteller/Produzent	
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	

2. Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien.

   1 = „für mich sehr wichtig“

   2 = „für mich wichtig“

   3 = „für mich teilweise wichtig“

   4 = „für mich weniger wichtig“

   5 = „für mich unwichtig“

Marke	
Preis	
Leistung (technische Daten)	
Aussehen/Design	
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	
Garantiedauer	
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung,…)	

3. Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an. *(Soll-Ist – Vergleich)*

Produktart	**Tatsächliche Lebensdauer**	**Gewünschte Lebensdauer**
Schuhe		
Bekleidung		
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände		
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön, etc.)		
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank, Herd, etc.)		
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen		
Computer		
Mobiltelefone		
Pkw		

4. Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie persönlich Konsumentenschutz in den folgenden Bereichen ist.

   1 = „für mich sehr wichtig“

   2 = „für mich wichtig“

   3 = „für mich teilweise wichtig“

   4 = „für mich weniger wichtig“

   5 = „für mich unwichtig“

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	
Medikamente und medizinische Behandlung	
Urlaub und Reisen	
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	
Haustürgeschäfte	
Wohnung und Grundstücke	
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite und diverse Finanzprodukte)	
Datenschutz allgemein	

5. Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

   1 = „sehr zufrieden“

   2 = „zufrieden“

   3 = „teilweise zufrieden“

   4 = „weniger zufrieden“

   5 = „unzufrieden“

Wohnung	
Wohnumgebung	
Nachbarn	
Verkehrsanbindung	
Lärm	

6. Sozialstatistische Daten

Alter	
Geschlecht	◎ weiblich ◎ männlich
Beruf	
Haushaltsgröße (Anzahl an Personen)	
Kinder unter 18 im Haushalt (Anzahl an Personen)	
Wohngegend	○ Land ○ Kleinstadt ○ Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher, ohne 13. und 14. Gehalt)	○ Unter € 1.000 ○ Zwischen € 1.000 und 2.000 ○ Zwischen € 2.000 und 3.000 ○ Mehr als € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	○ Pflichtschule ○ Pflichtschule mit anschließender Lehre ○ AHS, BHS mit Matura ○ Universität, Akademie, Fachhochschule

Andreas Miksik

Bericht zur Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Transkripte

INHALT

Transkript # 1 1
Transkript # 2 13
Transkript # 3 25
Transkript # 4 37
Transkript # 5 50
Transkript # 6 62
Transkript # 7 77
Transkript # 8 92
Transkript # 9 105
Transkript # 10 118
Transkript # 11 132
Transkript # 12 144
Transkript # 13 156
Transkript # 14 167
Transkript # 15 179
Transkript # 16 194
Transkript # 17 206
Transkript # 18 218
Transkript # 19 229
Transkript # 20 240
Transkript # 21 252
Transkript # 22 264
Transkript # 23 277
Transkript # 24 288
Transkript # 25 301
Transkript # 26 314
Transkript # 27 326
Transkript # 28 338
Transkript # 29 351
Transkript # 30 362

Transkript # 1

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	20
Geschlecht	W
Beruf	Medizinische Masseurin (in Ausbildung)
Haushaltsgröße	2
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 1.000 und € 2.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	AHS, BHS mit Matura

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich kaufe halt ein, weil ich einkaufen muss und bin da in keiner besonderen Gefühlslage. Außer es gibt super Angebote. Darüber freue ich mich dann. Ich habe meinen Zettel dabei und weiß was ich brauche. Fertig.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Dass ich einkaufen gehen muss und ob ich genug Geld da habe. Kleinigkeiten kaufe ich fast täglich ein, einmal in der Woche gibt es einen Großeinkauf, da werden Basislebensmittel gekauft und was man halt so braucht.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Die anderen Menschen stören. Das sind dann meistens die, die im Gang herum stehen und alles blockieren. Oder mir über die Füße fahren und dann meinen, ich blockiere sie. Oder diejenigen, die Obst angreifen und dann wieder zurücklegen. Das ist total respektlos. Dadurch wird das Obst schneller schlecht. Generell schaue ich mir gerne Sachen an, die ich gar nicht kaufen möchte. Ich habe eine Affinität für Fleisch. Da stehe ich dann vor dem Regal, denke mir, das ist schön anzusehen, aber kaufen tue ich es dann doch nicht. Ich bin immer ganz froh darüber, wenn ich sehr günstige Angebote sehe. Oder wenn neue Angebote im Sortiment sind, die ich noch nicht ausprobiert habe. Da greife ich dann gerne mal zu. Ich bin da generell leicht zu begeistern.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Ich kriege das was ich brauche. Ein paar Sachen fehlen mir halt, aber das liegt daran, dass ich ursprünglich aus Deutschland komme. Ein paar Sachen gibt es hier in Österreich nicht. Insgesamt bin ich da doch zufrieden.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Passt. Für mich passt es eigentlich. Es ist alles da was ich brauche.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Bei speziellen Fleischsachen wie Hühnerherzen und so weiter brauche ich nicht so dermaßen viel Auswahl. Aber wenn andere die brauchen, dann soll es mir recht sein. Es gibt so viele Sorten an Soßen und von dem ganzen Fertigzeug. Von diesen Basisfixprodukten gibt es auch zu viel. Oder von Fertigsuppen. Die kann man sich doch selbst machen. Bei meinem Billa ist die Joghurt Auswahl nicht so groß. Da habe ich leider nicht so viele Entscheidungsmöglichkeiten.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Im großen Interspar in Meidling verlaufe ich mich ganz gerne, der ist generell so riesig. Aber wenn ich mal die Abteilung gefunden habe, dann finde ich mich da auch zurecht. In Läden, wo ich schon öfter war, weiß ich genau, wo ich hinlaufen muss. Im Großen und Ganzen ist das voll ok. Ich bin da zufrieden.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Prinzipiell kaufe ich keine Sachen, wo irgendwas drinnen ist, das ich nicht verstehe. Das Problem habe ich mit den ganzen Fixprodukten, die haben immer irgendwas drin, was nicht so gesund sein kann.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Nein, eigentlich nicht. Nein. Was nicht korrekt aussieht, wird nicht gekauft. Wenn ich nicht genau verstehe, was da wirklich drinnen ist, dann kaufe ich es wie gesagt nicht. Da hat man ja immer die Wahlmöglichkeit.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Es sollte generell nichts hineinkommen, was da nicht hineingehört. Diese ganzen Emulgatoren und künstlichen Aromen usw. Spezielle Wünsche habe ich eigentlich keine. Das Haltbarkeitsdatum ist teilweise schwer zu finden, da muss man manchmal länger suchen. Das wäre die einzige Sache eigentlich.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	2
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	4
Hersteller/Produzent	4
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	5

Wichtige Anmerkungen: Wo es herkommt und wer es hergestellt hat, das ist mir generell eher egal, hätte ich gesagt. Ich muss mich zwar dafür schämen, aber auf diese Fußabdrücke etc. schaue ich sowieso nie.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ein paar schon, ein paar nicht… Menschen, die nicht so viel Geld zur Verfügung haben, werden nicht so darauf achten, weil sie auf andere Dinge schauen müssen. Und dann gibt es natürlich noch die umweltbewusst eingestellten Menschen, die sehr darauf achten. Es gibt also solche und solche, das kann man so allgemein nicht sagen.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

AMA-Gütesiegel. Fairtrade. Rainforest Alliance. Das ist mir neulich erst untergekommen, auf dem Ballisto habe ich es gesehen. Was gäbe es da noch… Das Austria Bio Garantie. Dann das blaue Zeichen auf dem Klopapier. Wie heißt das… Blauer Engel, wenn mich nicht alles täuscht.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Gar keines (lacht). Das AMA-Gütesiegel ist überhaupt das Überflüssigste. Es sagt eigentlich gar nichts aus, außer, dass es aus Österreich kommt. Es sagt dir aber nicht, wie die Tiere gehalten werden. Es sagt gar nichts aus, wenn wir uns ehrlich sind. Blauer Engel ist, glaube ich, auch eine gute Sache irgendwie. Meistens erkennt man umweltverträgliches Papier aber auch so.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja, weil es um größere Sachen geht. Man kratzt Geld zusammen und geht shoppen. Das ist eine wunderschöne Sache. Wenn man jetzt los geht und weiß, dass man sich ein neues Kleidchen kauft, oder neue Schühchen usw. Wenn man sich etwas in Richtung Elektronik kauft, das ist dann ein ganz anderes Gefühl, als sich im Supermarkt etwas zu kaufen. Es ist eben immer etwas Besonderes, da es ja nichts Alltägliches ist.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Erlebnis ist schon ein wenig übertrieben, aber es ist schon etwas Besonderes. Klar nimmt man sich dafür Zeit. Es ist eben etwas, das man sich gönnt. Wenn ich nicht vor habe etwas zu kaufen, dann lasse ich es lieber gleich bleiben. Nur schauen macht mich traurig, denn das heißt ja, dass ich zu wenig Geld habe, mir etwas zu kaufen.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2

bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	5
Preis	1
Leistung (technische Daten)	3
Aussehen/Design	4
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	3
Garantiedauer	4
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

Wichtige Anmerkungen: Ich schaue drauf, wie viel Strom das Gerät verbraucht, aber weniger wegen der Umwelt, sondern weil Strom Geld kostet.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Letztes Jahr im Juli habe ich mir meinen Laptop gekauft.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Mein Freund *(Anmerkung: Name wurde entfernt)* hat das für mich gemacht. Er hat mir aus dem Internet Angebote herausgesucht und mir die gezeigt. Dann gab es im Interspar ein Angebot. Das habe ich damals im Prospekt entdeckt.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Erst habe ich nur geschaut, was es gibt und dann gab es eh nur dieses eine Angebot. Mir wurde gesagt, dass es ein guter Preis ist. Mein Freund hat für mich ein bisschen verglichen.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil ich einen PC gebraucht habe. Mein alter Laptop ist kaputt gegangen.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Der Preis. Und es war endlich mal ein Computer, der mir auch optisch einigermaßen gefallen hat.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Als der Laptop kaputt ging, musste ich mich sofort nach einem neuen umsehen. Es ist ja wichtig, einen Computer zu haben. Nach einer Stunde habe ich mich informiert, was es da so gibt.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Ich glaube, das war dann innerhalb von einer Woche. Oder unter einer Woche sogar noch.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Nein, hatte ich keine, mein Freund hat mir ja geholfen. Es war eh nicht schwer, denn es war schon alles vorinstalliert.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nein. Das mache ich nie, denn die verstehe ich eh nicht. Ich bekomme es eher hin, wenn ich es einfach ausprobiere und Knöpfe drücke.

Erinnern Sie sich an die letzte Betriebsanleitung, die Sie gelesen haben?

Ich habe höchstens so Aufbauanleitungen gelesen, aber die dienen nur der groben Orientierung.

Sind Sie mit denen zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Bei der Aufbauanleitung, dass sie die Bilder anschaulicher gestalten und das nicht so viel „Blabla“ drinnen steht. Das ist oft unverständlich und dann macht man es erst nach Gefühl.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Bis jetzt sind alle Bestellungen gut gegangen. Sagen wir, so alle drei Monate mache ich sowas.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Nicht, dass ich welche mitbekommen hätte, also sage ich mal „Nein“.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Vorteile…ich bestelle es und bekomme es nach Hause geliefert. Ich bekomme es manchmal günstiger, oder meistens sogar. Man kriegt Sachen, die man nicht draußen im Laden kriegt. Zum Beispiel auch beim Amazon Lebensmittelservice. Bei Amazon finde ich aber oft ein schönes Produkt, dann merke ich aber, dass die es gar nicht nach Österreich liefern. Sowas ärgert mich.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Ich glaube, das ist ok für die. Ich rede da jetzt nicht so oft darüber. Aber ich glaube, im Allgemeinen sind die alle zufrieden.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Passt. Dass der Laptop bei mir frühzeitig kaputt ging, da war ich selber dran schuld. Da habe ich Bier darüber geschüttet (lacht).

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	1	1
Bekleidung	2	5
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	6	6
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	10	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	10	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	20	30
Computer	2	5
Mobiltelefone	5	6
Pkw	20	20

Wichtige Anmerkungen: Nach einem Jahr sind die Schuhe schon kaputt oder total abgetreten. Ich kaufe meine Schuhe billig und deswegen gehen die schnell kaputt. Aber länger als eine Saison brauchen die eh nicht durchstehen. Bei Bekleidung kommt es darauf an, ob es mir überhaupt gefällt. Manchmal bin ich froh, wenn es kaputt geht, manchmal aber auch sehr traurig. Ich habe bisher noch kein Möbelstück kaputt gemacht. Da ist noch keines kaputt gegangen bisher. Sie schauen halt höchstens abgenutzt aus. Mit Fernsehgeräten habe ich sehr gute Erfahrungen gemacht. Eigentlich sollten die sehr lange halten, auch wenn sie dann eben schon veraltet sind von der technischen Seite her. Wenn man mit Handys gut umgeht, dann hält das Gerät sicher bis zu zehn Jahre. Ich kenne viele Leute, die haben ihr Handy schon sehr, sehr lange. Nur passen die Leute eben nicht so wirklich darauf auf und dann gehen die schneller kaputt. Auch bei Autos kommt es stark darauf an, wie gut man damit umgeht.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mein Staubsauger ist toll. Der war billig, ist mittlerweile sieben Jahre alt und saugt wie am ersten Tag. Der ist von Siemens, wenn mich nicht alles täuscht. Mein Keyboard habe ich sogar noch länger und das hat noch keine Macken. Das habe ich sogar seit 1994… wenn mir doch nur die Marke einfallen würde.

Mein Glätteisen ist mir nach nicht einmal drei Jahren auseinandergebrochen. Die Marke stand gar nicht drauf, das Gerät habe ich von meiner Schwester bekommen. Das war so eine klassische Billigmarke.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ich habe noch nie ein Produkt reparieren lassen, oder eingeschickt, oder sonst was. Ganz einfach, weil die meistens dann so kaputt waren, dass es sich nicht mehr gelohnt hätte. Für mich ist es nicht

notwendig, aber für andere… ja sicher,… schön, wenn es für andere dann besser wäre. Sollen die Dinge halt meinetwegen reparaturfreundlicher werden, ich hätte da nichts dagegen.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Wenn die Konsumenten den Firmen ihre Wünsche mitteilen würden und mehr Druck ausüben, dann vielleicht. Aber die Firmen werden mehr verdienen, wenn man es einfach neu kauft. Solange sich die Konsumenten nicht organisieren und mehr Druck ausüben, solange wird sich da nichts ändern. Die Firmen sind eher an kürzer werdenden Lebensdauern interessiert. Es kommt auch immer darauf an, worum es geht.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Wenn irgendwo Abzocke betrieben wird im großen Stil, dass man sich an Organisationen wenden kann, die sich darum kümmern. Die nehmen das dann in die Hand, wenn sich genug Leute melden.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Heißt das nicht „Konsumentenschutz“ hier in Österreich? Ich würde da im Internet nachschauen, wo ich mich hinwenden könnte.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Lebensmittel. Ansonsten wüsste ich nichts.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note zwei bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	2
Urlaub und Reisen	4
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	4
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	4
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	5
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	5
Datenschutz allgemein	3

Wichtige Anmerkungen: Medikamente verbinde ich nicht mit Konsumentenschutz. Haustürgeschäfte… da mache ich gar nicht mit.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Nein, noch nicht.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Da ich jetzt nie so riesige Probleme hatte, habe ich da noch nicht so viel Ahnung darüber. Ich denke, wenn ich wirklich ein Anliegen hätte, dann würde ich auch herausfinden, wo ich mich hinwenden muss.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Das auf jeden Fall. Also die grundlegenden Sachen vor allem. Zum Beispiel, wenn einem im Supermarkt etwas hinunterfällt, dass man es nicht bezahlen muss, wenn es einem aus Versehen aus der Hand rutscht. Die Kinder sollen so bald wie möglich wissen, wie man sich wehren kann in solchen Angelegenheiten.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Ich finde Werbung toll. Prospekte liebe ich ja, man kann gemütlich durchschauen was es gibt. Man kann nach Angeboten schauen und ein bisschen planen was man kocht usw. Werbung im Fernsehen ist ja irgendwie lustig, die gucke ich gerne hin und wieder. Natürlich gibt es da auch viel Mist. Es ist Information und auch oft Unterhaltung. Oft auch völliger Blödsinn. Plakate gibt’s ganz lustige, die inspirieren mich aber nicht beim Einkaufen. Die machen höchstens den Weg interessanter, oder auch nicht.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Das kommt wieder auf den Menschen an. Es gibt solche, die sehen irgendwas und wollen das sofort haben und andere lässt das wiederum total kalt.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Nein,… außer halt bei McDonalds Werbung vielleicht, weil der Burger dann so lecker aussieht. Also bei meinem Freund und mir ist das manchmal so. Da sagen wir dann „da gehen wir halt mal hin und probieren den“.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil die Waren gut präsentiert werden oder die Werbung ganz besonders lustig oder ansprechend ist. Kinder sind sehr empfänglich. Einfach gestrickte Menschen vielleicht, auch wenn das jetzt plakativ klingen mag.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Ja sicher werden die beeinflusst. Total. Die lernen dann, dass man nicht alles im Leben haben kann, nur weil man sich das wünscht. Das ist ein wichtiger Lernprozess. Wir können schließlich selbst entscheiden, was wir wollen und was nicht als aufgeklärte Menschen. Die Kinder lernen, dass sie nicht alles kriegen können, nur weil sie rumschreien oder weil es im Fernsehen ist. Man kann sich mit denen zusammensetzen und das mal durch besprechen

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Familie, Freunde oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Kleine Reparaturen übernehmen unsere Vermieter und für die Einkäufe brauche ich niemanden, da kümmere ich mich immer selbst darum. Wenn ich etwas vergessen habe, dann gehe ich lieber selbst zurück in den Laden und kaufe mir das. Mich an die Nachbarn zu wenden, das fände ich komisch. An Freunde und Familie kann man sich sicher wenden, falls man das möchte. Die wohnen aber allesamt nicht in Reichweite.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Mein Freund und ich kümmern uns um alles selbst. Also so gut wie nie wird da Hilfe in Anspruch genommen.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Dass man sich gut miteinander versteht und sich aufeinander verlassen kann. Ich würde jetzt noch Höflichkeit und Respekt sagen, aber das sind eher meine Ansichten. Ich weiß nicht, ob die anderen Leute das genauso sehen.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Nein. Das kann ich mir schwer vorstellen. Die einzige Wertvorstellung, die vielleicht weggefallen ist, ist der gesellschaftliche Rang. Ich meine, dass man früher einen Freundeskreis hatte unter seinesgleichen. Heute sind die Persönlichkeiten eher bunt gemischt innerhalb eines Freundeskreises.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Die meisten wirken doch recht zufrieden.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich habe alles was ich brauche. Wenn ich mir mehr leisten kann, bin ich auch glücklich. Ich fühle mich ganz wohl mit meinen Möglichkeiten.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Einen 3D-Fachbildfernseher, damit mein Freund endlich zufrieden ist (lacht). Er jammert immer herum, dass er so etwas haben möchte. Für mich selbst wüsste ich nichts.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Nein, keine Ahnung. Eigentlich nicht, nein.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Tendenziell eher nein. Manche Funktionen verstehe ich nicht, zB beim Fernseher, oder bei der Waschmaschine bin ich auch mit den normalen Optionen sehr zufrieden.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Ich rege mich über so viele Sachen auf, aber im Moment… nein, gar nicht. Ich meckere so vor mich hin, aber dass etwas wirklich nicht gepasst hätte, das gab es nicht. Wenn wirklich etwas nicht passen sollte, dann würde ich mich darüber natürlich beschweren.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Puh, da muss ich nachdenken. Es werden oft Garantien angegeben, die immer genau dann auslaufen, kurz bevor das Gerät dann kaputt geht.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	1
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	1
Lärm	1

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Seit weniger als acht Monaten.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Eventuell, wenn unsere Therme kaputt geht. Da ziehen wir lieber aus, als dass wir die reparieren lassen. Ansonsten eher nicht, sofern alles so bleibt wie es ist.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Alles super, alles in unmittelbarer Reichweite. Wir haben kein Auto und bräuchten auch keines fürs Einkaufen.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Das kann ich leider nicht beurteilen, da ich erst seit sechs Jahren in Österreich lebe. Keine Ahnung,… vielleicht, dass vieles teurer geworden ist. Ansonsten habe ich da nichts bemerkt, ehrlich gesagt.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Vorteile gibt es für mich keine. Auch das mit dem Geldwechsel ist für mich kein Vorteil. Ich fand es immer sehr spannend im Ausland die Währung zu wechseln. Es ist doch schön, wenn man etwas vorfindet, das einen nicht an zuhause erinnert. Die Nachteile sind, dass verschiedene Länder zusammengelegt werden, die nicht zusammengehören. Die Länderunterschiede sind zu groß, als dass man es auf einen Nenner bringen könnte. Jedes Land hat andere Vorstellungen und andere Mentalitäten.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Ich mag die EU nicht, also sehe ich das eher negativ. Es kann nicht gut gehen, all die unterschiedlichen Länder in einen Topf zu werfen und zu versuchen, sie gleichzuschalten.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Eher negativ. Ich mag schon alleine die Optik der Währung nicht. Sie sieht aus wie thailändisches Geld. Man kann da leicht etwas untergejubelt bekommen im Dienstleistungssektor. Auch der Name „Euro“ klingt schrecklich. Das klingt so erzwungen, wie „wir gehören jetzt alle zusammen“. Zum Schilling habe ich überhaupt keinen Bezug, da ich zu der Zeit noch nicht in Österreich gelebt habe.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ich kann das Kupfergeld schwer auseinanderhalten. Auch die Ein- und Zwei-Euro-Münzen sind schwer unterscheidbar, finde ich. An der Kassa ist mir das zu blöd, da nach den richtigen Münzen zu suchen, deswegen habe ich immer mein Münzfach voller Kleingeld, wodurch es dann noch umständlicher wird.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Nein. Wenn ich das versuche, dann weiß ich nicht, was ich mit dem Betrag anfangen soll, da denke ich mir „Hm, was ist denn das für ein komischer Betrag?“. Anfangs ja, ein Jahr lang vielleicht, dass man parallel in Mark umgerechnet hat, dann nicht mehr. In Deutschland war die Umrechnung ja viel einfacher als hier in Österreich.

Sie meinten vorhin, dass vieles teurer geworden ist. In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

In Deutschland merkt man es am ehesten an den Zigaretten. Seit der Euro da ist, wird es immer teurer Zigaretten zu kaufen. Auch Bekleidung ist teurer geworden, wenn man in Mark umrechnet. Aber da gäbe es sicher noch viele andere Beispiele.

Meinen Sie, dass die Verteuerung auf den Euro zurückzuführen ist?

Ich weiß es nicht, das kann mehrere Gründe haben: Steuern, Inflation,…. Ich kenne mich da jetzt nicht so aus. Seit es den Euro gibt, hat die Inflation noch stärker zugenommen, habe ich zumindest das Gefühl.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Prinzipiell wüsste ich jetzt nichts.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Müll trennen. Alles dort hineinwerfen, wo es hingehört. Mistkübel benutzen, anstatt den Müll auf der Straße liegen zu lassen. Abgelaufene Arzneimittel in der Apotheke zurückgeben und nicht in den Hausmüll werfen. Darauf achten, wie viel Wasser, Strom und Gas man verbraucht. Öffis und Fahrräder benutzen und weniger das Auto.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Wahrscheinlich eher nicht. Ich kann mir echt nicht vorstellen, worauf ich da verzichten sollte, also sage ich mal „nein“.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Nein, die Politiker und Promis fliegen mit ihren Privatjets herum und ich fliege dicht gedrängt in einem Flugzeug, das sowieso fliegt. Weshalb sollte ausgerechnet ich darauf verzichten? Beim Auto schaue ich eigentlich eher nicht darauf, bzw. es hat weniger mit der Umwelt, als mit meinem Geld zu tun. Ich möchte Sprit sparen, weil der sauteuer ist.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Einstweilen ist es verzichtbar, ich brauche noch kein Auto, also habe ich keines. Aber wenn ich mal eines brauchen sollte, dann werde ich mir natürlich eines anschaffen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Ich gehe jeden Tag zu Fuß zur Arbeit, was man mit Spazierengehen gleichsetzen kann. Ich fahre auch gerne mit dem Citybike herum. Hobbymäßig, aber auch zur Fortbewegung. Schwimmen kann man vielleicht noch erwähnen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Es kann nicht ernst genommen werden, wenn man nicht die richtigen Mülltonnen hat. Wir haben zwar einen Behälter für Plastikflaschen, aber wir haben keinen Container für Plastikverpackungen. Bei uns gibt es Container für Restmüll und Papier, aber nicht mal eine Biotonne. Im Rahmen des Möglichen halten sich die Leute bei uns auch dran. Das glaube ich zumindest.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 2

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	21
Geschlecht	M
Beruf	Sachbearbeiter
Haushaltsgröße	3
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Land
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Über € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Kommt darauf an. Wenn ich mal dort bin, finde ich es hin und wieder schon ganz entspannend, aber an sich finde ich es lästig. Das „Extra-hin-fahren“ finde ich besonders lästig und eher zeitraubend. Ich könnte darauf verzichten.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Ich bin meistens nicht sehr motiviert und würde es lieber verschieben. Ich habe meistens keine Lust dazu und verschiebe es, bis es wirklich notwendig ist und nicht anders geht.

Führen Sie eine Einkaufsliste?

Bis jetzt habe ich keine Einkaufsliste gebraucht, was sicher daran liegt, dass ich keine größeren Einkäufe tätige.

Benutzen Sie einen Pkw für Ihre Einkäufe?

Ja sicher, sonst ginge das nicht. Ich habe zwar kein eigenes Auto, kann mir aber das von meinem Vater ausborgen.

Wie oft pro Woche erledigen Sie Ihre Einkäufe?

Öfter als zweimal die Woche fahre ich nicht einkaufen. Den Rest erledigen eh meine Eltern.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Angenehm finde ich, dass man Sachen findet, die man noch nicht kennt. Dass man was Neues entdecken kann. Dass man eine Vorfreude hat, wenn man daran denkt, etwas Neues ausprobieren zu

können. Oder dass man eine Freude hat, weil man Geld sparen kann, da man ein günstiges Angebot gefunden hat.

Und was ist eher störend und lästig?

Wenn ich das nicht finde, was ich suche. Wenn ich weiß, dass es da sein müsste, ich es aber nicht finde. Oder wenn es den Preis nicht hat, den ich erwartet hätte. Oder wenn das ausverkauft ist, was ich gerne gehabt hätte. Wenn der Laden total überfüllt ist. Unangenehm ist auch, wenn eine lange Schlange an der Kassa ist, obwohl theoretisch Kassen da wären, die aber unbesetzt sind.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Ja, sehr zufrieden.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Weder noch. Genau richtig eigentlich.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Ich finde, dass es zu viel Obst und Gemüse gibt, weil ich es nicht notwendig finde, dass es das ganze Jahr über so ein breites Angebot geben muss. Bei dem ganzen exotischen Obst wird durch die weiten Transportstrecken die Umwelt belastet. Bei hochwertigen Fertiggerichten gibt es wenig Auswahl, da hätte ich gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, weil ich nicht immer dasselbe essen will. Bei den Schokoladen und Keksen gibt es auch zu viel. Da stehe ich vor dem Regal und weiß nicht was ich nehmen soll.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Eher den Überblick. Man muss sich da durch die große Auswahl schon mehr Zeit nehmen, aber wenn man sich die nimmt, ist das ganz gut möglich.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Mir persönlich ist noch nichts abgegangen. Ich habe mir noch nie gedacht, dass mir da etwas fehlt. Das liegt sicher daran, dass ich nicht so genau nachlese.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Nein. Da hatte ich noch keine Probleme.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Ich wünsche mir nichts.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für

mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	5
Ablaufdatum	2
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	4
Herkunftsland	3
Hersteller/Produzent	4
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Herkunftsland ist mir bei der Wurst wichtig, ansonsten ist mir das ziemlich Wurscht (lacht). Ehrlich gesagt, finde ich das total wichtig, aber ich habe da noch nie so recht darauf geachtet *(Anmerkung: betrifft Umweltverträglichkeit).*

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich glaube nicht.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Eine schwierige Frage. Was genau ist eigentlich ein Gütezeichen? Das AMA-Gütesiegel. Ich kenne sonst nichts.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Keines.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfs hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Sicher. Das macht mehr Spaß, weil es keine Verpflichtung ist, sondern weil man sich Luxusgüter kauft, die einem eine Freude bereiten. Es ist was anderes, ob ich mir ein Stück Butter kaufe, oder ein neues Computerspiel. Zum Media Markt gehe ich auch, wenn ich nichts Bestimmtes suche, sondern einfach nur, um mir Sachen anzuschauen.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Ersteres. Es ist sicher nicht so, dass mir das den totalen Kick gibt, aber… hin und wieder findet man Sachen, die einem Freude bereiten.

Ist das beim Gewandeinkauf genauso?

Gewand ist schon eher wie beim Supermarkt. Das ist mehr wie eine Verpflichtung und macht weniger Spaß. Das muss schnell gehen. Wenn ich nichts brauche, dann gehe ich auch nicht ins Geschäft.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	3
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	3
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	2
Garantiedauer	3
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	4

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Ein Schreibtisch vor kurzem.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Prospekte und beim Händler. Im Internet habe ich auch geschaut.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Natürlich. Überall wo ich mich informiert habe, da habe ich auch nach dem Preis gesucht.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil ich es gebraucht habe. Ich wollte einen neuern, schöneren Schreibtisch. Den alten Schreibtisch haben wir verschenkt.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Ja. Eigentlich habe ich mir den Schreibtisch am Ende von meinen Eltern bezahlen lassen (lacht).

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Preis und Aussehen. Und Funktionalität.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Vielleicht zwei Monate.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Nochmal zwei Monate.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes?

Ja schon. Das Zusammenbauen war nicht so einfach.

Wie sind Sie damit umgegangen?

Ich habe es wen anderen machen lassen (lacht). Mein Vater hat mir geholfen.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen? In diesem Fall die Montageanleitung.

Ja natürlich. Mehrmals gründlich.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Man hätte sie schöner beschreiben können. Also genauer machen. Die Bilder deutlicher gestalten, damit man einfacher erkennt, was gemeint ist.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja natürlich.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Nur gute. Über Amazon hat immer alles super funktioniert. Sogar beim Umtausch. Fünfmal im Jahr ca., viel öfter kommt das eh nicht vor.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Ja schon. Ich habe eine Rechnung zugeschickt bekommen, dass ich ein Abo im Internet bestellt hätte, wo ich mehrmals eine Rechnung zugeschickt bekam. Was aber nicht stimmt, ich habe dort nie was bestellt. Ich habe das ignoriert und dann kam nichts mehr. Bei der Arbeiterkammer habe ich mich informiert was ich tun soll. Die haben mir da weitergeholfen.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Vorteil ist, dass du es schneller und günstiger als im Laden bekommst. Also schneller in dem Sinn, dass manche Sachen schon im Internet verkauft werden, obwohl sie noch gar nicht im Laden stehen. Oder dass du Sachen bekommst, die es überhaupt nicht im Laden gibt. Wenn man es zB aus dem Ausland importiert.

Fallen Ihnen noch ein paar Nachteile ein?

Es ist manchmal unsicher. Vielleicht ist die Ware beschädigt, da man sie vorher nicht anschauen kann. Oder dass dir etwas Falsches geschickt wird. Oder dass man an etwas Unseriöses gerät, wo du gleich abgezockt wirst. Dass man nur mit Kreditkarte bezahlen kann. Jüngere Menschen haben meistens noch keine Kreditkarte.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Woher soll ich das wissen? Ich habe keine Ahnung. Wahrscheinlich schon zufrieden, schätze ich mal.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Das passt eh. Es ist eh meistens immer recht lange haltbar. Im Gegenteil. Ich finde es schrecklich, dass Sachen weggeworfen werden, bevor sie kaputt sind.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	3
Bekleidung	5	8
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	15	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	1	3
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	8	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	5	7
Computer	3	4
Mobiltelefone	2	3
Pkw	20	25

Wichtige Anmerkungen: Bei Fernsehern, Soundsystemen und Spielkonsolen müsste man eigentlich unterscheiden.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mein Fernseher, das ist das älteste immer noch verwendete Produkt. Ich weiß die Marke jetzt gar nicht. Acht Jahre habe ich den mindestens schon.

Bei welchem Produkt waren sie mit der Lebensdauer vollkommen unzufrieden?

Bei meinem MP3 Player Kopfhörer von Sony. Nicht einmal ein Jahr hat der funktioniert.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das nicht erforderlich?

Natürlich ist das erforderlich.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Die werden schwerer reparierbar, weil die Technik komplizierter und aufwändiger wird.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass der Kunde nicht verarscht wird. Dass man ausreichend informiert wird, was man da eigentlich kauft. Dass einem die Verkäufer keinen Blödsinn einreden.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Das wüsste ich auch gerne.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Umso teurer das Produkt, desto wichtiger ist der Konsumentenschutz.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	3
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	1
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Beim Urlaub ist es sehr wichtig, weil der sauteuer ist. Die lasse ich eh nicht rein, denen traue ich sowieso nicht *(Anmerkung: betrifft Haustürgeschäfte).*

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Ja, ich habe mich einmal persönlich bei der Arbeiterkammer informiert.

Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Da habe ich mir telefonisch einen Termin ausgemacht und bin hingegangen. Das war diese Geschichte mit der Rechnung für ein Abo, welches ich nie bestellt habe. Die haben mich sofort beraten, haben sich extra Zeit dafür genommen. Ein Berater hat mir etwas ausgedruckt. Die Firma war bereits für ihre Gaunereien bekannt.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nein, nicht wirklich.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Klingt ganz sinnvoll. Ab neun oder zehn Jahren.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Meistens ignoriere ich sie. Das interessiert mich überhaupt nicht. Ich versuche, das so gut es geht auszublenden.

Fühlen Sie sich belästigt oder informiert?

Ich fühle mich absolut belästigt. Wenn jetzt doch mal ein Prospekt da ist, über Angebote, die man zufällig doch gerade braucht, dann kann es doch ganz nützlich sein. Auch die Werbung im Internet kann einem weiterhelfen. So Empfehlungen auf Amazon und so.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja, sicher. Selbst wenn es nur im Unterbewusstsein ist.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Meine Mama rennt den Angeboten hinterher, wenn sie Angebote sieht. Die klappert mehrere Läden ab, wegen den Angeboten in den Prospekten oder im Fernsehen.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil sie so penetrant ist. Umso nerviger und auffälliger die Werbung ist, desto mehr achtet man darauf und desto eher bleibt sie im Gedächtnis hängen. Ich wüsste nicht, ob da jemand empfänglicher wäre.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Wahrscheinlich noch mehr als die Erwachsenen. Vor allem wenn Spielzeugwerbung mit bunten Farben und Effekten beworben wird.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja. An die Eltern vor allem. Ansonsten vielleicht noch an die Freunde. An die Nachbarn überhaupt nicht, auf die Idee würde ich gar nicht erst kommen.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Regelmäßig.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Äußerlichkeiten, Umgangsformen, Status, also Titel und sowas. Bildung und Wissensstand. Besitz vielleicht… wenn jemand das neueste Handy hat zB ist er vielleicht viel angesehener.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Nein, das war immer gleich, glaube ich.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

So und so. Es gibt beides. Wenn ich an meine Freunde denke, die haben alles was sie wollen. Aber wenn ich an meine Mitschüler denke, die sagen dauernd, dass sie zu wenig Geld haben. Meine Freunde haben halt zum Teil studiert oder kriegen von den Eltern alles und meine Schulkollegen sind zum Teil arbeitslos und kriegen von den Eltern nichts. Ist halt ein ganz anderes Umfeld. In der Familie denke ich, dass es niemandem an irgendwas fehlt.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich bin zufrieden. Ich habe alles was ich brauche. Und theoretisch auch die Möglichkeit mir noch mehr zu besorgen, wenn ich wollte.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Es gibt Sachen, die ich nicht habe, aber wenn ich wollte, könnte ich mir die schon leisten. Außer extravagante Sachen, aber die brauche ich eh nicht.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Da kenne ich niemanden. Keine Ahnung.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Ja, schon. Ich benutze mein Handy sogar noch mehr fürs Internetsurfen, als zum Telefonieren.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Ja schon, doch natürlich.

Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde?

Ich war beim Service vom Saturn, weil ich einen Monat auf die Reparatur meiner Kopfhörer gewartet habe. Als ich sie dann bekommen habe, haben sie mir falsche gegeben, die nicht gepasst haben.

Wurde eine Lösung gefunden?

Ja, ich habe dann neue geschenkt bekommen, bis ich die richtigen wieder bekommen habe.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Die Läden sollen auch am Sonntag geöffnet sein.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	3
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	2
Lärm	3

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Seit meiner Geburt.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Ich ziehe gerade um. Ich ziehe aus der Wohnung meiner Eltern aus.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein, die Versorgung ist super. Lebensmittelgeschäfte gibt es hier in der nächsten Stadt eh genug und für andere Sachen fahren wir nach Stockerau oder sogar nach Wien. Entweder mit dem Auto oder mit dem Zug.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Mir ist nichts aufgefallen. Außer vielleicht, dass alles teurer geworden ist.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Vorteil: Offene Grenzen für Urlauber. Andererseits ist es zu leicht für Diebe und andere Kriminelle, zu uns zu kommen. Es wird zu wenig an den Grenzen kontrolliert. Die einheitliche Währung finde ich gut. Man braucht nicht umzurechnen und wir haben den selben Kurs.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Die EU ist eh toll, da helfen sich die Länder gegenseitig. Wenn ein Land Pleite geht, springen die anderen Länder ein. Das ist ein verbindendes Gemeinschaftsgefühl. Da fühlt man sich Ländern wie den USA und China ebenbürtig.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Naja. Ich habe keinen Vergleich zum Schilling. Ich habe erst so richtig gelernt mit Geld umzugehen, als es schon den Euro gab.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Sehr gut. Es ist für mich so, als ob ich die immer schon hatte. Mittlerweile hätte ich eher mit dem Schilling Probleme.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Ich wüsste jetzt gar nicht, wie ich das überhaupt berechnen soll. Das war auch nie wirklich nötig, ich bin ja mit dem Euro aufgewachsen.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Benzin. Da wäre es mir am stärksten aufgefallen.

Glauben Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das eher andere Gründe?

Alles wird auch so mal teurer. Ich glaube nicht, dass es am Euro liegt. Aber welche Ursachen das hat, das weiß ich auch nicht.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Nichts das ich wüsste. Mir fallt zumindest nichts ein.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Ich fürchte, dass ein Einzelner leider nicht sehr viel beitragen kann, aber er sollte es trotzdem tun, weil es ja doch ein wenig hilft. Ich würde gerne glauben, dass jeder Einzelne viel beitragen kann. Recyceln, Müll trennen. So leben, dass möglichst wenig Müll anfällt. Dass man auf besonders schädliche Dinge verzichtet, wenn es auch Alternativen gibt. Dass man auf Alu-Dosen verzichtet, wenn man auch PET-Flaschen verwenden kann. Auf öffentliche Verkehrsmittel ausweichen. Weniger heizen, mehr anziehen im Winter.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Auf Metalldosen. Auf umweltschädliche Hygieneprodukte.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Komplett verzichten tue ich nicht. Also jetzt bei den Fernreisen. Verzichten tue ich darauf nicht, nein. Bei den Fahrzeugen verzichte ich darauf. Ich finde es eine Frechheit, dass in den USA mit den riesen Kübeln herumgefahren wird, obwohl es sparsamere Alternativen gibt.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Ja. Ich fahre lieber mit dem Zug. Nicht nur wegen der Umwelt, sondern auch weil es nicht notwendig ist überall mit dem Auto hinzufahren, weil es umweltschonender ist und billiger obendrein. Meine Eltern können aber nicht auf ihr Auto verzichten, die brauchen das alleine schon fürs Einkaufen. Ich selbst habe aber kein eigenes Auto und brauche auch keines.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Ich spiele Computerspiele und lese Bücher. Sonst wüsste ich kein Hobby, das die Umwelt nicht belastet.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ja, die Nachbarn sind da anständig. Wir haben mehrere Container und jeder hält sich daran.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 3

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	23
Geschlecht	W
Beruf	Saalaufsicht in einem Museum (Student)
Haushaltsgröße	3
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Mehr als € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	AHS, BHS mit Matura

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Meistens bin ich unter Zeitdruck und möchte alles ganz schnell erledigen. Ich mag es, wenn ich weiß, wo alles seinen Platz hat und ich nicht lange suchen muss. Kleinere Einkäufe erledige ich so ca. 4-mal in der Woche, und einen Großeinkauf gibt’s bei uns immer samstags. Entweder gehen wir zu Fuß zum Supermarkt, oder wenn ich ohne meine Eltern einkaufe, dann fahre ich manchmal mit dem Fahrrad einkaufen. Hin und wieder sind wir mit dem Auto unterwegs gewesen, beim Lebensmitteleinkauf kommt das allerdings nur ganz selten vor. Ich mag es lieber, wenn ich nicht mitkommen muss, eigentlich.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Ich denke an Sachen, die gut schmecken könnten und die ich dann einkaufen könnte. Ich plane voraus, ob ich die Dinge auch aufbrauchen kann, weil ich nur ungern Lebensmittel wegwerfe. Listen schreibe ich keine, ich habe das im Kopf. Natürlich muss man sich auch überlegen, wo man einkaufen will. Entweder wir nehmen längere Wege in Kauf und haben dann mehr Auswahl, oder wir gehen zum Laden ums Eck, wo wir dann weniger Auswahl haben, aber dafür dauert es nicht so lange.

Was ist dabei <u>angenehm</u> für Sie und was empfinden Sie als <u>störend</u> und <u>lästig</u>?

Bei den Handelsketten stören mich die Werbungen im Hintergrund, also die Geräuschkulisse. Es kommt mir oft so hektisch vor im Geschäft. Es kommt natürlich darauf an, um welche Uhrzeit man einkaufen geht, aber wenn so viele Leuteunterwegs sind, dann stresst mich das. Als angenehm empfinde ich eigentlich gar nichts. Meistens geht meine Mutter für uns einkaufen und ich begleite sie manchmal, oder erledige die Einkäufe für sie. Es macht mir nichts aus, beim Einkaufen zu helfen, aber Spaß macht es mir keinen.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Schon zufrieden. Man kriegt alles was man braucht.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Die Auswahl ist mir zu groß. Man könnte stundenlang vor dem Regal stehen, wenn man nicht weiß was man genau will. Ich suche ungern nach neuen Sachen und nehme lieber welche, die ich schon kenne.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Es gibt überall ausreichend Auswahl. Bei Milchprodukten gibt’s Unmengen an Variationen. Also verschiedenste Joghurts in allen nur erdenklichen Geschmacksrichtungen. Und Milchreis und diese ganzen Sachen. Es dürfte für jeden Geschmack etwas dabei sein. Man muss sich nur die Zeit nehmen, sich zu entscheiden. Diese Zeit will ich mir meistens aber nicht nehmen.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich behalte eh meistens den Überblick. Mittlerweile bin ich mit den nahegelegenen Geschäften sehr vertraut. Beim Käseangebot fühle ich mich manchmal überfordert, da stehe ich oft lange beim Regal und kann mich nicht entscheiden.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Da passt alles. Ich zweifle aber manchmal, ob das auch wirklich drinnen ist, was drauf steht. Also ich kenne mich da jetzt nicht so aus, aber... Vor allem bei den ganzen Bio Sachen. Da frage ich mich, ob die wirklich so gesund sind, wie sie einem das vermitteln wollen.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Nein, bisher nicht. Ich stehe auch nicht vor dem Regal und lese mir das genau durch.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Ich bin da wunschlos glücklich.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	2
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	3
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	4
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	5

Wichtige Anmerkungen: Ich bin meistens neugierig, woher die Waren kommen, besonders bei Fleisch, Obst und Gemüse.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich glaube nicht. Es weiß ja kaum jemand, was die überhaupt aussagen.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das AMA-Gütesiegel. Ist das Ja!Natürlich ein Gütezeichen? Gibt’s bei den Fleischwaren nicht auch eines? Ich kenne mich da leider viel zu wenig aus. Mir fallen keine mehr ein.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Eher das Ja!Natürlich.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja schon. Entspannter. Da nimmt man sich Zeit. Ich muss gestehen, ich habe schon lange nicht mehr so einen Einkauf erledigt. Man hat diese Produkte länger als Lebensmittel, deswegen muss man da sorgfältiger auswählen.

Wie verhält es sich mit dem Bekleidungseinkauf?

Gewandkaufen macht eigentlich eh Spaß, solange man Geld hat und Zeit. Aber die Vorstellung, dass man das Gewand dann im Schrank hat, ist ein gutes Gefühl. Man freut sich darauf, es später tragen zu können.

Wie sieht es mit dem Einkauf in Elektronikgeschäften aus?

Für elektronische Geräte interessiere ich mich nicht sonderlich, da nehme ich mir nicht viel Zeit dafür. Was für mich eine Bedeutung hätte ist vielleicht ein Handy, aber das kauft man ja nur alle paar Jahre. Ich lasse sowas lieber von wem erledigen, der sich da besser auskennt. Es kommt selten vor, dass ich wo reingehe und vorher schon weiß, dass ich nichts kaufe.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	5
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

Wichtige Anmerkungen: Beim Fernseher ist mir der ökologische Aspekt jetzt nicht so wichtig, aber bei Waschmaschinen und Geschirrspülern schon, deswegen gebe ich mal eine Zwei dafür.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Meine Geige. Die habe ich mir vor einem Jahr gekauft.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Eigentlich gar nicht. Ich habe einem Geigenbauer einen Auftrag erteilt und dann die Geige erhalten. Wir haben uns nur darüber unterhalten, was die Geige kosten soll.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Nicht wirklich. Ich war nur bei dem einen Händler.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil meine alte Geige kaputt war und ich eine neue benötigt habe.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Ja schon, aber es hat sich nicht ergeben.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Der Preis vorrangig. Der Klang war natürlich noch entscheidend. Die Optik war mir fast schon egal. Geigen sehen alle nahezu gleich aus.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Ein Monat.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Zwei Wochen. Ich habe den Geigenbauer zuerst angerufen und bin dann zwei Wochen später zu ihm in den Laden gefahren.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Nutzung des Produktes?

Nein, da gab es keine Schwierigkeiten. Ich war sehr zufrieden mit dem Klang der Geige.

Hatten Sie eine Benutzungsanleitung für Ihr Produkt?

Es war keine dabei, aber das war auch nicht notwendig.

Wann haben Sie zuletzt eine Betriebsanleitung gelesen?

Das ist Ewigkeiten her, ich erinnere mich kaum mehr.

Erinnern Sie sich vielleicht noch, ob Sie mit den Anleitungen zurecht gekommen sind oder ob man Ihrer Meinung nach etwas hätte besser machen können?

Betriebsanleitungen sind teilweise eigenartig formuliert. Mir sind schon öfter Übersetzungsfehler untergekommen. Oft sind die recht schlampig und unvollständig geschrieben.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja, andauernd.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Früher öfter, jetzt wieder seltener. Das was abgebildet war und das was drinnen war, hat dann auch der Wirklichkeit entsprochen und meine Erwartungen erfüllt.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Es gab Probleme mit einem Versandhandel. Da habe ich eine Ratenzahlung beantragt. Die haben mir leere Zahlscheine geschickt und für mich war nicht ganz klar, wie hoch die einzelnen Raten sind und bis wann die eingezahlt werden mussten. Da waren immer nur leere Erlagscheine im Briefumschlag. Anrufen hat auch nichts gebracht, da sich dort niemand auskannte. Ich habe zwei Mahnungen erhalten und vom Gericht einen Brief und eine Aktenzahl. Ich musste dann den Betrag nachzahlen.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Nachteile sind, dass du das Produkt nicht vor dir hast und schwer abschätzen kannst, ob das Produkt dann passt oder nicht.

Vorteil ist, dass du bequem zu Hause sitzen kannst und nicht so viel Zeit verschwenden musst. Man spart sich die Fahrwege und das Abklappern der Geschäfte.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Es kommt darauf an, um welches Produkt es geht. Wenn es sich um ein Qualitätsprodukt handelt, dann wird das hoffentlich länger halten.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Ich glaube, das passt. Wie gesagt: es kommt stark auf das Produkt an. Ein Ikea-Produkt hält sicher nicht so lang wie ein Qualitätsprodukt von einer Tischlerei. Es stellt sich einem immer die Frage, welche Qualität man möchte und wie viel man bereit ist dafür auszugeben.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	1	4
Bekleidung	1	5
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	6	10
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	10	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	7	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	8	10
Computer	4	10
Mobiltelefone	1	5
Pkw	15	15

Wichtige Anmerkungen: Nach einem Jahr muss man die Schuhe eh reparieren, oder man kauft sich neue. Ich habe negative Erfahrungen mit Handys gemacht, nach weniger als einem Jahr hatte ich immer Wasserschäden. Die können so leicht kaputt gehen.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Da hatten wir einen Fön, ich bilde mir ein, der ist von Braun. Jedenfalls hält der schon seit über 50 Jahren. Das ist sicher ein Extremfall.

Unzufrieden war ich mit meinem letzten Handy, das nach einem halben Jahr einen Wasserschaden hatte. Das war ein neues Nokia Handy.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ja, also wenn es billiger ist, dann schon. Wenn aber die Neuanschaffung günstiger ist, dann lohnt sich die Reparatur nicht. Ich würde mir wünschen, dass man die Produkte selbst reparieren kann und keine Mechaniker oder Techniker dafür braucht. Ich habe bei einer Frau Baby gesittet und die hatte so ein Fitnessgerät, das weggeworfen wurde, weil sie es nicht mehr gebraucht hat. Das hat bestimmt noch funktioniert.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Die Sachen werden eher schwerer reparierbar. Ich glaube, es ist alles darauf ausgerichtet, dass man neue Sachen kauft und das Alte wegwirft.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Das Beispiel von vorhin mit dem Versandhandel. Also Konsumentenschutz beschäftigt sich mit den Rechten der Konsumenten und mit den Gesetzen. Die setzen sich für die Konsumenten ein und geben Auskunft, falls es irgendwo Probleme geben sollte.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Kommt auf den Bereich an, in dem man Probleme hat. Vielleicht an irgendwelche Rechtsanwälte? Auf der Mariahilfer Straße gibt’s doch diesen Verein für Konsumentenschutz.

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Ich weiß nur, dass ich bis jetzt in zwei Fällen mit dem Konsumentenschutz zu tun hatte. Ich hatte mal einen Krankenwagentransport und wollte die Rechnung nicht bezahlen. Da habe ich beim VKI angerufen und die haben mir die Nummer von einem Volksanwalt gegeben.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note zwei bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	5
Medikamente und medizinische Behandlung	3
Urlaub und Reisen	4
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	5
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	2
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Ich vertraue auf das, was auf der Packung steht und kaufe nichts, wo ich misstrauisch bin *(Anmerkung: betrifft Lebensmittel)*. Mit Medikamenten und Ärzten habe ich nicht viel zu tun.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Ja, die Geschichte von vorher mit dem Rettungswagen.

Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Da habe ich beim VKI angerufen. Die haben mir freundlich weitergeholfen und mich an einen Volksanwalt weitergeleitet.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nein, ich habe eigentlich gar keine Ahnung.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ich glaube, das lernt man dann eh mit der Zeit irgendwann. Also wenn man es braucht, kann man sich eh damit auseinandersetzen und informieren. Es ist nicht zielführend, meiner Meinung nach, die Kinder gezwungenermaßen damit zu konfrontieren. Kinder machen ja selbst noch keine Einkäufe.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Ich realisiere sie nicht wirklich und mache mir da keine Gedanken dazu. Ich nehme es einfach zur Kenntnis und aus. Fernsehwerbung schalte ich eh weg, die hat keine Chance bei mir.

Fühlen Sie sich belästigt oder informiert? Bitte denken Sie bitte auch an Werbung auf Plakaten, in Zeitungen, in Briefkästen, etc.

Die Werbebanner sind sehr auffällig. Ich fühle mich nicht wirklich belästigt dadurch, ich gehe halt vorbei und denke mir nichts dabei. Die Werbung im Supermarkt finde ich lästig. Die Werbung im Briefkasten kann ich nicht ausstehen, das wird gleich entsorgt.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Wenn man sich über längere Zeit davon berieseln lässt, dann wirkt es sicher. Wenn man aber klare Vorstellungen hat, von dem was man will, dann wird man nicht etwas kaufen, was beworben wurde.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil es gut aussieht, weil es billig ist, weil es dem Trend entspricht… Am ehesten diejenigen, die keine eigene Meinung haben und sich nach den anderen richten. Das wird eher bei den Jüngeren und den Dummen vorkommen.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Eigentlich nicht. Oder doch? Eine Freundin von mir hat im Leiner-Prospekt ein Sofa gesehen und dann bestellt. Da hat der Preis keine Rolle gespielt, ihr Vater zahlt ihr eh alles.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Ich glaube, sehr stark. Die merken sich das am leichtesten.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja schon. Dadurch, dass ich hier seit 17 Jahren wohne, haben wir schon Bekanntschaften geknüpft. Also, dass sie für mich etwas reparieren… das vielleicht weniger. Vielleicht würden sie mir helfen, aber man fragt ja da nicht nach. Beim Einkaufen einspringen… das schon. Auf die Familie kann man sich sowieso verlassen, wobei der Großteil nicht hier in Österreich wohnt.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Fast gar nicht. Höchstens wenn es keinen anderen Ausweg gibt.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Also, ob sie viel Geld haben und so was? Man wird darauf schauen, was für ein Auto sie fahren, was für einen Beruf sie ausüben, ob sie einen Uni-Abschluss haben. Ob sie eine Familie haben oder alleine wohnen. Vielleicht ob man geschieden ist und wie viele Ehen man schon hinter sich hatte.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Ich glaube nicht, dass sich da in den letzten Jahrzehnten viel geändert hat. Zumindest nicht grundlegend.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich glaube, die sind zufrieden. Generell wird in Österreich niemandem etwas Wesentliches fehlen. In anderen Teilen der Welt verhält sich das natürlich ganz anders.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich bin zufrieden. Bescheidenheit ist eine Tugend (lacht).

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ich hätte zB gerne ein Notebook, aber das kann ich mir nicht leisten. Mein PC ist schon etwas älter.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Ich persönlich nicht, aber mir ist aufgefallen, dass Ausländer, die hierher kommen, sich an Glücksspielen versuchen, um so an Geld zu kommen. Das habe ich von Gesprächen mit Verwandten mitbekommen, selbst kenne ich aber niemanden.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Nein, ich glaube nicht, nein. Bei unserer neuen Waschmaschine gibt es so eine neue Funktion „extra schnell in 15 Minuten“, die wollte ich mal ausprobieren. Bisher habe ich Zusatzfunktionen nicht wirklich gebraucht. Beim Handy reicht es mir zu telefonieren und zu schreiben, mehr brauche ich nicht.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein. Alles hat gepasst. Da war halt diese Geschichte mit der Ratenzahlung, aber da habe ich mich nicht wirklich beschwert, sondern still geärgert. Der Aufwand, mich zu beschweren war mir zu hoch. Wer weiß, ob ich damit wirklich etwas bewirkt hätte.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“.

Es gibt einfach so viele unnötige Sachen, die eh keiner braucht. Aber die Werbung vermittelt uns dann, dass wir das doch brauchen und haben müssen.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	5
Wohnumgebung	1
Nachbarn	5
Verkehrsanbindung	1
Lärm	5

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Seit 17 Jahren.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Ja, der Umzug steht kurz bevor. Es war an der Zeit, mich nach einer eigenen Wohnung umzusehen.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Das ist wunderbar, da gibt es alles. Man kann sich echt nicht beklagen.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Das kann ich nicht sagen, weil ich da noch zu klein war. Ich habe keinen Vergleich. Man hört immer wieder, dass die Preise gestiegen sind, aber ob das so stimmt, weiß ich nicht.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Es gibt halt in der EU keine Grenzen mehr, das sehe ich als Vorteil. Jetzt kann jeder leichter überall hin. Der Euro hatte eher Nachteile, weil bei den Preisen aufgerundet wurde. Länder, die der EU beigetreten sind werden immer mehr vereinheitlicht. Die nationalen Eigenheiten verschwinden nach und nach. Das gefällt mir weniger.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Was ich so mitbekommen habe, geht es allmählich wieder bergauf. Die Wirtschaft wird sich wieder erholen, aber ich bin da keine Expertin. Ich hoffe einfach, dass Europa seine Probleme in den Griff bekommen wird. Ich mache mir da keine Gedanken darüber. Das mit der Kultur finde ich eher negativ, aber ansonsten sollen sich die Leute damit befassen, die das interessiert.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Die Preise sind gestiegen, kommt mir vor. Ich war ca. 13 Jahre alt, als der Schilling abgeschafft wurde und da habe ich noch nicht eingekauft, deshalb fehlt mir da auch der Vergleich.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ganz gut. Wie gesagt: fast die Hälfte meines Lebens bezahle ich schon mit dem Euro und davor habe ich nicht viel Geld ausgegeben.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Nein, nie. Schillingpreise bringen mir nichts. Ich weiß zwar, dass 7 Euro 100 Schilling sind, aber von dieser Information habe ich nichts.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist? Falls ja, in welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Im Lebensmittelbereich. Bei Brot, Milch und den ganzen Grundnahrungsmitteln.

Meinen Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das vielleicht andere Gründe?

Da bin ich überfragt, keine Ahnung welche Gründe dafür verantwortlich sind.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Ich glaube nichts. Also mir ist nichts bekannt.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Mülltrennen und bewusst darauf schauen, dass ich nicht unnötig Energie verschwende. Die Lampen ausschalten, wenn ich gerade nicht im Zimmer bin, oder nicht übertrieben lange Duschen. Mittlerweile gibt es eh immer energiesparendere Geräte, man sollte beim Kauf auf sowas achten.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja schon. Da wäre ich bereit, wenn ich das Gefühl habe, dass ich wirklich etwas bewirken kann. Ich mache mir schon hin und wieder Gedanken darüber und wenn ich es nicht unbedingt brauche, dann verzichte ich der Umwelt zuliebe darauf.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Ich reise eh nicht so viel, aber wenn ich es tue, dann ist es mir bewusst, dass ich die Umwelt belaste. Hätte ich aber die Zeit und das Geld dafür, würde ich auf die Reisen nicht verzichten. Was das Auto betrifft, so habe ich mir noch keine Gedanken darüber gemacht. Ich würde aber schon eher zu einem sparsamen Auto greifen.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Ich habe kein Auto und brauche in nächster Zeit keines.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Fahrrad fahren, Laufen und Geige spielen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Da wird streng getrennt. Ich bin da leider manchmal zu bequem und trenne nicht immer sorgfältig. Da landet das ein oder andere Mal etwas im Restmüll, obwohl es separate Container gäbe. Ich werfe aber sicher auch kein Metall in die Biotonne oder so, das sicher nicht.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 4

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	25
Geschlecht	M
Beruf	derzeit ohne Beschäftigung
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Unter € 1.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Meistens bereite ich eine Einkaufsliste vor, da ich ganz genau weiß, dass im Supermarkt die Produkte nach Reizen geordnet sind und zu einem Mehrkauf führen sollen. Entsprechend achte ich darauf, dass ich mich eben sehr an die Liste halte und auch nur das einkaufe, was da oben steht. Falls mir etwas anderes einfällt, was ich vergessen habe mir aufzuschreiben, wird das noch dazugekauft. Aber ansonsten versuche ich, den Reizen der Regale nicht zu erliegen.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Ich habe bei mir in Gehnähe den Liedl und den Eurospar, den Hofer und den Penny. Ahja, einen Billa und Zielpunkt eigentlich auch. Alles ist akzeptabel zu Fuß erreichbar. Ich versuche meine Einkäufe zu bündeln, damit ich nicht so oft einkaufen gehen muss. Ich mag nicht bloß wegen einer Packung Milch oder ähnlichem aus dem Haus gehen. Zwei -bis dreimal in der Woche zieht es mich maximal zum Einkaufen außer Haus.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Angenehm ist, dass man bei einem Supermarkt schnell weiß, wo man die Sachen findet, die man braucht. Die einzelnen Filialen einer Kette unterscheiden sich meistens nur sehr geringfügig. Ich fühle mich wohler, wenn das Geschäft gut beleuchtet ist, da wirkt der Laden weniger schäbig. Die Optik des Ladens muss freundlich und einladend wirken, damit ich mich wohl fühle. Wenn die Mitarbeiter so gestresst sind, dass sie keine Zeit mehr haben, sich um das Obst und Gemüse zu kümmern, dann sorgt das für ein schlechtes Gesamtbild. Da hat man dann verdorbenes Obst liegen. Das kommt leider öfters vor. Ich habe gehört, das Obst wird manchmal einfach umgepackt und mit neuem Datum versehen. Das Wartesystem bei der Kassa artet öfter in Warteschlangen aus. Das ist ein System, das

verbesserungsbedürftig ist. Das Ein- und Ausräumen des Einkaufswagens und dann das Bezahlen ist mir oft zu hektisch.

Gehen Sie insgesamt gerne einkaufen, oder lassen Sie es über sich ergehen?

Ich empfinde es nicht als lästig… es ist eher neutral. Wenn nicht zu viel los ist im Geschäft, dann kann es ganz angenehm sein.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Meistens ist das was ich suche auch vorhanden. Manchmal sind Angebote schon vergriffen und ich ärgere mich, wenn ich extra deswegen diesen Supermarkt auswähle und das Produkt dann nicht vorfinde. Abgesehen davon gibt es keinen Grund zur Klage.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Im Allgemeinen ist sie genau richtig. Es ist ausreichend Auswahl vorhanden für mich.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Also bei Obst und Gemüse ist mir aufgefallen, dass viel zu wenige inländische Produkte angeboten werden. Die Importware sieht danach aus, als ob sie lange genug auf der Reise gewesen ist. Ich hätte da gerne eine größere Auswahl an inländischen Produkten. Bei Gewürzen hätte ich gerne eine größere Auswahlmöglichkeit. Wenn man da eine größere Auswahl will, muss man in kleine Feinkostläden oder Asiashops gehen. Allgemein hätte ich gerne mehr Bioprodukte oder einfach gesunde Produkte. Bei den Getränken gibt es heutzutage schon dermaßen viele Mineralwässer, Säfte und Limos, die teilweise von derselben Firma hergestellt werden und unter anderem Namen verkauft werden. Das ist unnötig. Gerade beim Wasser würden einige wenige Produkte voll und ganz ausreichen.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich behalte meistens den Überblick, nachdem ich auch weiß, wo was zu finden ist. In Frankreich habe ich mich mal total überfordert gefühlt in so einem Hypermarkt, dort war es schwierig, sich zurecht zu finden, da dort das Angebot massenhaft war.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ja, einiges. Von den tatsächlichen Inhalten, den Zutaten, das tatsächliche Ursprungsland und nicht bloß, von wem es verpackt wurde. Ich will wissen, von wo die einzelnen Zutaten tatsächlich sind.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Sicher. Die Beschriftungen sind absichtlich zu klein und versteckt abgedruckt. Damit sollen die Konsumenten gezielt getäuscht werden, indem sie sich weniger Sorgen machen.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Ich möchte klar erkennen können, wie gesund oder schädlich die Inhalte sind. Man kann hier so eine Ampel einführen, so wie das in anderen Ländern der Fall ist. Die EU sollte hier verbindliche Gesetze erlassen. Die Beschriftung sollte genauer, verständlicher und deutlicher abgedruckt werden müssen.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	4
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Ich vergleiche jedes Produkt mit den anderen und schaue, was es pro Liter oder Kilo kostet, da ich genau weiß, dass die da gerne mit der Verpackungsgröße schummeln. Ich kaufe zB nur Milch aus Österreich, alleine schon wegen den Transportwegen und der Frische.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Vermehrt. Die Konsumenten werden immer kritischer, zumindest in Europa. Die Mehrheit wird sich nicht für Gütezeichen interessieren, aber das Interesse und das Bewusstsein steigen. Die Stimmen werden lauter.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das AMA-Gütezeichen. Ansonsten der Fußabdruck vom Hofer. Dann der blaue Engel. Das MSC für Fische, auf das achte ich sehr. Die ganzen Bio-Gütezeichen, aber „Bio“ ist ja kein geschützter Name. Trotzdem gibt’s da diverse Bio-Gütezeichen. Dann das Austria-Zeichen und das TÜV-Gütesiegel.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Das MSC beim Fisch, oder dieses Zeichen wo draufsteht „Hergestellt in Österreich“.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja klar, bei größeren Produkten vergleiche ich mittlerweile die Preise von verschiedenen Geschäften und in Onlineshops. Im Supermarkt vergleiche ich auch, aber nicht so ausgiebig.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Es ist auf jeden Fall ein Erlebniseinkauf, oder besser gesagt: es ist fast schon Arbeit. Da steckt sehr viel Aufwand dahinter, die Produkte zu vergleichen und das günstigste Angebot herauszusuchen. Wenn ich Bekleidung finde, die gut aussieht und passt, dann freut mich auch der Einkauf. Wenn ich aber Stunden umherirre und nichts finde, dann ist das mit einem Stressfaktor belegt. Ich gehe nicht so zum Spaß Gewandshoppen, sondern nur, wenn ich merke, es ist Zeit für neue Bekleidung. Anders

bei Elektronikmärkten, da gehe ich oft einfach hinein, um zu schauen, ob es bei Filmen und Musik günstige Angebote gibt. Da nehme ich mir die Zeit zu bummeln und mich gemütlich umzuschauen.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	2
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	1
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	1

Wichtige Anmerkungen: Je teurer das Produkt ist, desto mehr informiere ich mich auch und desto wichtiger ist mir die Marke, also ob es eine Qualitätsmarke ist. Wenn die Bedienung schwierig ist, dann bekomme ich graue Haare (lacht). An der Garantiedauer kann man teilweise die Qualität abschätzen.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Vor zwei Jahren habe ich mir meinen Computer gekauft, seitdem gab es eigentlich keine nennenswerten Anschaffungen mehr.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Sehr. Ich habe mir meinen Computer zusammenstellen lassen und habe mir jedes Einzelteil genau angeschaut und darauf geachtet, was es kann und können sollte. Ich habe zusätzlich einen fachkundigen Bekannten nach seiner Meinung gefragt. Preisvergleiche habe ich viele im Internet und beim Fachhändler gemacht und letztendlich habe ich mich für einen Onlinekauf entschieden, damit ich genau weiß, welches Innenleben mein Computer hat.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Es war nötig. Mein alter PC hat schon gesponnen. Man hat deutlich gemerkt, dass er schon sechs Jahre auf dem Buckel hatte.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt <u>schenken</u> zu lassen?

Da hätte ich mir die Frage stellen müssen „von wem soll ich es mir schenken lassen“. Die Möglichkeit hatte ich nicht. Ich hätte es höchstens gewinnen können (lacht).

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Das Preis/Leistungsverhältnis.

Als Sie sich das Produkt zum <u>ersten mal gewünscht</u> haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich <u>erstmals</u> darüber <u>informiert</u> haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Hat nicht so lange gedauert… ich habe mir damals gedacht „ich brauche einen neuen Computer, es wird Zeit!“. Bis zur ersten Informierung sind ein oder zwei Tage vergangen, wenn überhaupt.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Mindestens zwei Monate. Ich habe mich da sehr genau informiert. Einen Computer leistet man sich ja nicht alle Tage.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Nö. War von Anfang an super.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nein. Der PC war schon fertig konfiguriert, da brauchte ich keine Anleitung dazu. Ich hatte ja vorher schon einen PC. Kennt man einen, kennt man alle.

Können Sie sich an die letzte Betriebsanleitung erinnern, die Sie gelesen haben?

Ich hatte mal einen Mixer von Braun, da habe ich in der Anleitung nachgeschaut, weil ich wissen wollte in welches Loch man den Rührteigstab stecken muss.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Das hat gepasst, das war einfach. Ich habe nur das gelesen, was ich gebraucht habe. Ansonsten lese ich keine Betriebsanleitungen, die sind mir zu langweilig geschrieben, da schlafe ich ja ein dabei.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Sicherlich. Über Amazon.at, Alternate.at, oder Kinokarten… also ja, schon öfters.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Manchmal gab es Lieferverzögerungen, aber ansonsten habe ich durchwegs sehr positive Erfahrungen gemacht. Im guten Jahresdurchschnitt nutze ich das Internet dreimal im Jahr für Onlinekäufe.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Ja, ich bekomme da regelmäßig Spam und Gewinnspiele auf meine Mail-Adresse zugeschickt. Für solche Geschichten habe ich meine spezielle E-Mail-Adresse. So eine Lotto-Gesellschaft war mal sehr lästig. Da habe ich online an einem Gewinnspiel teilgenommen und wurde dann öfters telefonisch belästigst. Ich habe gemeint, die sollen mich endlich in Ruhe lassen und nach dem fünften oder sechsten Mal haben sie es dann auch kapiert.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Die Lieferung und die Abwicklung gehen sehr schnell. Man hat weniger Stress, weil man sich nicht bei einer Kassa anstellen muss. Man kann im Internet weniger übers Ohr gehauen werden, als beim Händler. Der Händler wird dir alles Mögliche einreden, um etwas zu verkaufen. Dafür ist er ja da. Im Internet hast du vielmehr die Möglichkeit, die Waren zu vergleichen und dir Testberichte durchzulesen. Da wird man zu nichts gezwungen und kann sich bei mehreren Anbietern umsehen, ohne sich vom Sessel zu erheben. Freilich kann man auch bei Onlinehändlern übers Ohr gehauen werden.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Ich glaube, das ist abhängig von wo und wie sie das Produkt gekauft haben. Ob es ein Spontankauf war, oder ob sie sich länger damit auseinandergesetzt haben. Es kann sehr unterschiedlich sein. Entweder man kauft Schrott und bemerkt das recht schnell, oder man ist eine lange Zeit sehr zufrieden damit. Natürlich gibt es auch Trendkäufer, die immer das Neueste haben müssen.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Soweit ich das mitbekommen habe sind Mobiltelefone und Computer heutzutage viel empfindlicher als früher und gehen schneller kaputt. Es entwickelt sich eine zunehmende Wegwerfkultur. Es zahlt sich heutzutage ja kaum noch aus einen Drucker oder ähnliches reparieren zu lassen. Viel billiger ist es, einen neuen zu kaufen. Die Geräte sind zu kurzlebig geworden. Im Gesamten ist es fraglich, wie umweltschonend es ist, einen Geschirrspüler zu haben, der vielleicht A+++ hat und den man dann vielleicht nur 5 Jahre hat und dann wegwerfen muss.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	5
Bekleidung	5	10
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	5	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	3	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	7	15
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	3	6
Computer	3	10
Mobiltelefone	1	5
Pkw	20	20

Wichtige Anmerkungen: Schuhe müssen handgemacht sein, um eine lange Lebensdauer garantiert zu bekommen. Die 08/15 Schuhe halten kaum länger als drei Jahre. Unterwäsche und Socken sind schneller verschlissen als andere Bekleidung. Die Haltbarkeit der Möbel ist sehr stark qualitätsabhängig. Bei kleinen Haushaltsgeräten kann man das gar nicht allgemein sagen. Computer können sehr anfällig sein für Probleme. Bei Autos ist es sehr stark schwankend, es kommt immer auf die Nutzungshäufigkeit und die Pflege an.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Langlebigkeit wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Meinen Drucker habe ich seit über 7 Jahren und der funktioniert seit heute noch. Ein HP Deskjet ist das. Ein Akku-Aufladegerät hat schon am ersten Tag nicht funktioniert. Das war ein richtiges Billigprodukt aus dem Kosmos. So eine Marke aus dem Ostblock wahrscheinlich, also total unbekannt.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ja. Es sollte ja alles reparaturfreundlich werden, es wirkt sich auf die Umwelt aus. Das ist alles Müll, den wir nicht los werden. Die meisten Geräte besitzen Materialien, die nach vielen Jahrzehnten immer noch nicht verrottet sind.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Man erkennt ja jetzt schon deutlich die Wegwerfgesellschaft und der Trend wird weiter anhalten. Ich hoffe, dass die Stoffe wenigstens ökologisch leichter abbaubar werden, wenn man die Geräte schon nicht leichter reparieren kann.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass Käufer nicht verarscht werden und dementsprechend Gerechtigkeit erfahren. Dass einfach, falls ein Betrug vorhanden ist, der Konsumentenschutz einen Anwalt zur Verfügung stellt und dem Opfer beiseite steht.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Wie heißen die… Arbeiterkammer. Help tv…. da ist man dann halt im Fernsehen. Dann von diesem Magazin, wie heißen die… Verein für Konsumentenschutz, oder Information.

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Bei großen Anschaffungen, weil die am meisten Geld kosten. Oder auch bei Lebensmittelfragen.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note zwei bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	1
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	1
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Ich habe zwar noch nie Haustürgeschäfte gemacht, aber falls da mal so ein Idiot daherkommt und mir was andreht, wäre ich sehr froh, wenn sich der Konsumentenschutz darum kümmert. Das ist einfach für mich wichtig, wenn ich an die Risiken denke.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Meistens im Internet über Tests und Berichte nachgelesen. Oder Berichte im Fernsehen. Ich habe früher öfter die Zeitschrift „Konsument“ zugeschickt bekommen, aber das ist länger her.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nö. Es gibt da so viele Bereiche und so viel zu wissen… wenn man das alles wüsste, könnte man ja gleich Rechtsanwalt werden.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Na sicher ist es wichtig, meistens werden die Kinder mit den bunten Sachen und den Süßigkeiten angelockt. Man sollte hier für mehr Aufklärung der Kinder sorgen und zwar so früh wie möglich.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Mit Werbung gehe ich sehr objektiv um, achte aber darauf, wenn ich Produkte und Preise vergleichen kann. Ich lasse mich nicht zu sehr davon beeinflussen. Bei einer Fernsehwerbung artet das meistens schon ins künstlerische aus, wo ich einfach nicht mehr die Botschaft verstehe. Mittlerweile schaue ich mir die Fernsehwerbung kaum noch an, weil sie immer blöder und sinnfreier wird. Interessiert mich nicht mehr die Bohne, da schalte ich lieber um. Wenn eine Plakatwerbung ansprechend oder lustig ist, dann schaue ich es mir an, ansonsten gehe ich vorbei. Briefkastenwerbung nutze ich schon. Auch die Reklame von Supermärkten und selten von Elektrofachmärkten, um mir Angebote anzusehen, also ob es da irgendwas gibt, was mich interessieren könnte. Reklame in Zeitungen und Zeitschriften überblättere ich, ohne genauer hinzusehen.

Fühlen Sie sich insgesamt eher belästigt oder informiert?

Wurfsendungen können teilweise informieren, obwohl man viel Unnötiges wegwerfen muss. Der Rest ist eher lästig.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja, leider.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Sicher. Meine Mutter hat sich dieses Actimel und Activia gekauft, als sie es in der Werbung gesehen hat. Bei Teleshopping hat sie sich einige Male beeinflussen lassen. Der kann man generell so ziemlich alles einreden.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Es kommt auf die Zielpersonen an. Kinder und Jugendliche sind stärker beeinflussbar. Dann noch Menschen, die sich gerne abhängig machen und leichtgläubig und naiv sind. Bei Mode und so weiter wird die Bekleidung von besonders schlanken und hübschen Personen präsentiert und deshalb wird man sich das kaufen, um sich besser zu fühlen und sein Selbstwertgefühl zu steigern. Werbung verstärkt Unsicherheiten und generiert Wünsche und Bedürfnisse.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Sehr stark. Sei es von Spielsachen bis Süßigkeiten.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Zumindest an meine Freunde und an meine Familie. Ich habe noch nie etwas von den Nachbarn gebraucht. Das einzige was ich mir jemals geholt habe war ein Paket vom Nachbarn, wo der Paketdienst das bei ihm abgegeben hat. Ansonsten hat mich ein Nachbar mal was wegen seinem Herd gefragt.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Eher sehr selten, weil ich bis jetzt kaum noch etwas gebraucht habe.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Auf Sympathie, auf Vertrauenswürdigkeit. Ich glaube, das war vor tausenden Jahre so wie auch heute. Gemeinsamkeiten…. Alles Weitere hängt vom Charakter der Person selber ab. Wenn die Person materialistisch ist, sodass sie ihren Wohlstand mit anderen vergleicht, dann sind sicher materielle Dinge genauso wichtig.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Sehr extrem. Das Materialistische ist enorm gestiegen. Dieses Konkurrenzdenken, also „der Nachbar hat das, also brauche ich das auch“, das ist seit den 50ern enorm gewachsen. Dieser Schaukampf.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Sagen wir es so: in der heutigen Konsumwelt wird es niemanden geben, der sagt: „ich bin völlig zufrieden und brauche nichts“. Es gibt immer irgendwas, was derjenige gerne haben möchte, kaufen möchte oder sich zumindest wünscht. Egal wie gut es einem auch gehen mag, man möchte doch immer mehr haben.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich habe sicherlich auch konkrete Pläne und Wünsche, die ich mir auch erfüllen möchte. Ich sage nicht, dass ich einen tausend Quadratmeter langen Swimmingpool möchte, es sind eher kleinere Wünsche und nicht irgendwas Pompöses. Da bin ich dann doch eher bescheiden. Da ich momentan nicht so viel auf der hohen Kante habe, bin ich nicht so ganz zufrieden.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Einen professionellen Fotoapparat, weil ich mich gerne mehr mit Fotografie beschäftigen möchte. Gerne hätte ich auch eine Spielkonsole mit Spielen und Zubehör. Eine Wii oder eine PS3. Das hätte ich gerne wegen dem Spaßfaktor.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Meine Mutter ist zB Lebensmittelkaufsüchtig, das könnte ich sagen. Die ist aus einer älteren Generation und hat immer Angst, dass sie zu wenig hat. Die sogenannten Kriegskinder, die horten und haben Angst, dass es ihnen wieder weggenommen wird. Mein Patenonkel war spielsüchtig. Gott hab‘ ihn selig.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Da kann ich nur sagen: Wenn ich es benötige, dann ja. Ich bin in den meisten Fällen genügsam. Wenn ich mir etwas aussuche – irgendeine Gerätschaft – und ich eben die Auswahl habe zwischen diversen Modellen, die ähnlich sind, aber wo alle ihre unterschiedlichen Zusatzfunktionen oder ein bissl was anderes können, dann vergleiche ich es vom Nutzen her oder vom Gebrauch, den ich auch mache. Wie oft ich also so eine Funktion benötigen werde.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Gab’s irgendwas? Mal überlegen. In dem Zeitraum ist nichts vorgefallen, an das ich mich erinnern könnte.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“.

Als Konsument wirst du eigentlich nur verarscht. Sei es jetzt von Lebensmitteln über Elektronik bis hin zu Autos, wo nur die Hülle anders ist, aber das Innenleben gleich. Ein ehrlicher Kauf, respektive eine ehrliche Ware, ist heute sehr schwer bis fast gar nicht zu finden. Es gibt Mogelpackungen, es gibt Packungen, wo nicht alles drauf steht… die Bezeichnung der Lebensmittel, von wo die Inhalte kommen. Oder beim Auto, wo nicht darauf hingewiesen wird… es wird überall wo es nur geht gemogelt und betrogen. Ja.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	3
Wohnumgebung	2
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	1
Lärm	2

Wichtige Anmerkungen: Für mich ist sie halt immer noch zu klein, ich brauche eine große Wohnung. Ich bin so ein typischer Wassermann, ich brauche meinen Freiraum. Ich bin ja auch ein Stadtmensch. Ich bin nicht Kühe und zirpende Grillen gewohnt. Deswegen ist es für mich nicht so dramatisch, wenn ich mal ein Auto vorbeifahren höre.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Seit Juni 2007. In Jahren sind das über vier Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Nö. Wozu? Mir gefällt die Wohnung ganz gut.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Passt. Ich habe so viele Einkaufsmöglichkeiten. Ich habe einen Hofer, einen Penny, einen Zielpunkt, einen Eurospar, einen Billa, einen Kik, einen Lidl, einen Schlecker, einen Anker, eine Pizzeria, einen Chinesen, einen Merkur, usw. usw. Ein Auto brauche ich dafür absolut nicht.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Jeder kann sagen was er will, aber die Produkte sind sichtlich teurer geworden, als die normale Inflation hergeben würde. Lächerliche Gesetzgebungen vom EU Parlament lockern die strengeren Kontrollen bei den Waren – Klammer auf: bei den Lebensmitteln, Klammer zu – auf. Die EU ist sehr schlecht für uns, sehr, sehr schlecht. Die wird hauptsächlich von Lobbyisten und Bankern geleitet. Das ist eine Vorstufe zur USA.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Der einzige Vorteil ist, dass du in der EU fast überall mit der gleichen Währung zahlen kannst, wenn du auf Urlaub gehst. Das ist der einzige, wirklich der einzige Vorteil. Nachdem aber die Richtlinien sehr verschwommen sind, von den Lebensmitteln her, ist die Importzufuhr an Lebensmitteln, also an Waren vom Ausland, respektive von anderen EU-Ländern – so oberflächlich gesehen – praktisch, da wir mehr Auswahl haben, aber die Lebensmittelkontrollen dort sind different. Das heißt, sie sind anders als bei uns in Österreich. Sprich, du könntest irgendwelche Glashausparadeiser oder einen Ersatzkäse auf der Pizza haben, aber du siehst es nicht, es steht nicht drauf, weil es aus Deutschland kommt und dort die Gesetze anders sind… ja…

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Düster. Ich weiß nicht was uns konkret erwarten wird, aber ein richtig gutes Gefühl habe ich nicht dabei. Ein wenig Pessimismus ist da sicher angebracht, wenn man so daran denkt, was in letzter Zeit passiert ist.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Wie bereits gesagt: es ist im Vergleich das meiste viel zu teuer geworden. Ich hasse diese Währung.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Beschissen viele kleine, unnötige Kupfermünzen. Die Scheine sind ok, die passen.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Ich habe früher eine Zeit lang umgerechnet, aber ich rechne nicht mehr um.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Die Mieten werden nach wie vor teuer, aber das könnte mit dem Schilling auch sein. Aber sagen wir mal die Mieten. Was noch, was noch? Entertainment. Vom Kinobesuch bis hin zu Theater… Unterschiedliches.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Nein.

Glauben Sie, dass die Verteuerung in erster Linie auf den Euro zurückzuführen ist?

Nein, auf die Zentralbanken. Die haben hauptsächlich die Kontrolle über das Geld, über das monetäre System. Die kontrollieren alles und haben die Verteuerung verschuldet.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Ein einzelner Mensch kann sehr viel bewirken. Das Problem ist nur, dass die Mehrheit der Menschheit das einfach nicht versteht, oder verstehen möchte, oder zu feige und zu faul ist für Veränderungen. Hinzu kommt, dass hauptsächlich reiche Bonzen die Wirtschaft leiten. Wenn jemand ein umweltschonendes Auto auf den Markt bringen will, was aber gegen den Strich läuft, gegen die führenden Produzenten und die nicht die Lizenz bekommen, dann wird man dieses Produkt nie zu Gesicht bekommen. Als einzelner kann man höchstens darauf achten was er kauft und wie viel er kauft. Aus welchen Materialien das ist und ob er das wirklich braucht. Einfach bewusster leben. Mit der Umwelt leben.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja. Dass ich mir zB Elektrogeräte nicht kaufe, nur weil es die neueste Technologie hat. Ich warte so lange, bis ich es wirklich brauche. Wenn ich es mir leisten könnte, würde ich es mir trotzdem nicht kaufen.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Sicher. Ich werde – wenn überhaupt – mir erst ein Auto zulegen, das auch einen Elektromotor hat. Aus ökologischen Gründen würde ich eher zu dem Land hinwandern, bevor ich da in ein Flugzeug steige.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Sicher kann ich generell darauf verzichten. Ich habe bis jetzt darauf verzichtet. Ich werde wahrscheinlich auch nie eines haben. Ich möchte meine Umwelt nicht gefährden. Damit meine ich auch die Menschen. Wenn ich dann am Lenkrad einschlafe, kann ich gleich ein paar Leute mitnehmen, im wahrsten Sinne des Wortes.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Sagen wir mal „Bücher lesen“. Zeichnen, Malen. Joggen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Wir haben ins unserem Gebäude nur den normalen Restmüllcontainer und einen Papiercontainer. Beim Restmüllcontainer kann man annehmen, dass die Leute viele Dinge reinwerfen, die da eigentlich nicht hineingehören. Die Leute sind vielfach zu bequem, um zur Mülldeponie zu gehen und werfen viel in den Restmüll hinein. In unserem Müllraum habe ich Sperrmüll gesehen, der dort nichts verloren hat. Was ich sonst so gesehen habe beim Metall, beim Glas, bei den Plastikflaschen, das dürfte ganz gut getrennt werden.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 5

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	25
Geschlecht	W
Beruf	Einzelhandelskauffrau
Haushaltsgröße	4
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Kleinstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 2.000 und € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule mit anschließender Lehre

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Wenn ich gut aufgelegt bin, dann mache ich es gerne, wenn ich schlecht aufgelegt bin, dann geht es mir auf die Nerven.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Ich denke nicht viel darüber nach, ich gehe einfach hin, wenn ich etwas brauche. Ich bringe es einfach hinter mich und fertig.

Schreiben Sie eine Einkaufsliste?

Nein, Listen schreibe ich keine.

Wie oft gehen Sie so ca. einkaufen?

Ich gehe nicht so oft einkaufen. Das betrifft mich noch nicht so, ich bin ja noch keine Hausfrau. Das machen meine Eltern.

Was ist dabei <u>angenehm</u> für Sie und was empfinden Sie als <u>störend</u> und <u>lästig</u>?

So wie gestern, da fand ich es lästig, weil so viele Leute unterwegs waren, sodass man nicht einmal stehen bleiben konnte. Da wird gedrängelt. Mit dem Einkaufswagen kommt man kaum durch. Wenn wenige Leute unterwegs sind, kann man in Ruhe stehen bleiben, sich umschauen und überlegen. Sogar Preise vergleichen. Wenn es irgendwas Neues gibt, dann kaufe ich das gerne und freue mich darauf, das zu kosten. Wenn man zahlen muss, dann ist das der volle Stress irgendwie. Es sollten Leute an der Kassa stehen, die einem beim Einpacken helfen. Über Kostproben freue ich mich – wenn

es gratis Brote mit Aufstrich oder neue Puddingsorten gibt – das könnten die ruhig öfter machen. Stören tun mich noch Packungen, die schon halb geöffnet sind oder eine Unordnung im Regal.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Eigentlich zufrieden. Bei den großen Supermärkten natürlich zufriedener als bei den kleinen, weil die da einfach mehr haben.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Also wenn ich genauer nachdenke, dann zu klein. In den kleinen Läden bei uns gibt es nicht alles was man so braucht. Nur von denen alleine könnte man nicht leben. Aber im Großen und Ganzen bin ich da eh zufrieden.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Es sollte eventuell mehr Joghurts geben. Mehr Geschmacksvariationen. Nicht nur die klassischen Sorten, sondern vermehrt ausgefallene Sorten. Und mehr Wackelpudding und so Zeug. „Zu viel“ trifft auf nichts zu. Bei Obst wäre es vielleicht gut, wenn es mehr exotischere Sorten gibt. Und mehr Cerealien würde ich mir wünschen. Beim Brot und den Backwaren hätte ich gerne viel mehr Produkte mit Dinkel. Sowas findet man fast nur bei Reformhäusern, in Drogerien oder speziellen Bäckereien. Ahja, ganz wichtig sind natürlich für mich die Soja-Produkte, es sollte mehr davon geben. Soja-Milch in Pulverform wäre fein.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Normalerweise bin ich nicht überfordert. Wenn ich mal etwas nicht finde, dann suche ich danach und finde es auch. Im Normalfall ist alles übersichtlich und geschlichtet. Ausnahmen bestätigen die Regel.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Die sollen das größer anschreiben, wenn etwas Schädliches drinnen ist. Schlechte Inhaltsstoffe sollten nicht verschleiert werden dürfen. Oder wenn es für Diabetiker nicht geeignet ist, sollte es größer angeschrieben werden, sodass man es sofort erkennt. Warnhinweise stehen bestenfalls klein im untersten Eck.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Es kommen bei den Inhaltsangaben viele Fremdwörter vor, die mir nichts sagen.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Eine größere Schrift und wenn es für jemanden nicht geeignet ist, dann sollte das klar und verständlich angeschrieben sein.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	5
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	2
Herkunftsland	4
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	5

Wichtige Anmerkungen: Mich interessieren nur die Preise, die ich tatsächlich zahlen muss.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Nein. Die Leute schauen, was sie brauchen und Punkt.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

AMA-Gütesiegel. Das war’s.

Gibt es ein Gütesiegel, das Ihnen persönlich wichtig ist?

Im Grunde gar keines. Es ist mir nicht wichtig, ob so etwas drauf ist. Außer vielleicht bei Milchprodukten oder Fleisch, da ist es schon gut, wenn man dadurch erkennt, dass man Qualität kauft.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Natürlich empfinde ich es anders, es ist vielmehr ein Erlebniseinkauf. Weil es Sachen sind, die man dann auch länger hat, nicht so wie bei den Lebensmitteln, wo man gleich alles aufgegessen hat. Ich gehe gerne Gewand und Kosmetikprodukte einkaufen, weil es Dinge sind, die mir eine Freude bereiten.

Möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen, oder lassen Sie sich Zeit dafür?

Da lasse ich mir gerne Zeit. Es gefällt mir, wenn ich ein bisschen stöbern kann, aber ich gehöre trotzdem nicht zu diesen Frauen, die sich stundenlang in einem Geschäft aufhalten. Irgendwann wird’s mir doch zu lästig, da schaue ich dann lieber in ein anderes Geschäft, oder gehe wieder heim.

Wie sieht es im Vergleich mit Elektronikgeschäften aus?

Bei Elektronikgeschäften schaue ich gerne zu den CD´s oder zu den DVD´s. Oder wenn ich einen MP3 Player oder ein Handy brauche, schaue ich gern zu dieser Abteilung. Und wenn ich Batterien brauche, dann schaue ich auch gerne hin. Ich schaue auch gerne mal nur so zum Stöbern rein in meiner Freizeit, wenn ich gerade in der Nähe bin. Wie gesagt, vor allem in diese Abteilungen.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	2
Preis	1
Leistung (technische Daten)	4
Aussehen/Design	1
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	4
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	5

Wichtige Anmerkungen: Das sagt mir eigentlich nichts *(Anmerkung: betrifft technische Daten).*

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Im Sommer habe ich mir ein Netbook zugelegt.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Ich kenne mich mit Computern überhaupt nicht aus und musste mich von meinem Freund beraten lassen. Wir haben gemeinsam im Internet Produkte und Preise verglichen. Zusätzlich waren wir auch beim Media Markt und beim Saturn, um uns anzuschauen, was es da so gibt und wie viel die Netbooks dort kosten.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja klar, im Internet und direkt beim Händler. Für mich war der Preis am wichtigsten.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil mein alter Laptop zu viel Platz auf dem Schreibtisch verbraucht hat und zu langsam war.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein, ich wollte mir das selber leisten.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Wie gesagt, der Preis. Das Gerät sollte klein und handlich sein.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Ungefähr drei Wochen, bis ich erste Infos eingeholt habe.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Nicht sehr lange eigentlich. Vielleicht so zwei Wochen.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Nein, es hat sich alles von selbst installiert und mein Freund hat mir dabei geholfen. Das ist nicht so schwer, wenn man Hilfe von jemandem hat, der sich auskennt.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nur so oberflächlich. Beim Einsetzen des Akkus war mir nicht klar, wie das geht, da habe ich dann nachgeschaut. Aber im Detail habe ich mich nicht damit befasst.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Um das sagen zu können, hätte ich mich mehr damit befassen müssen. Probleme hatte ich keine damit.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja, mein Netbook. Im Onlineshop vom Media Markt.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Das war das erste und einzige Mal. Das hat ganz gut geklappt. Preislich war es günstiger, als im Geschäft. Ich musste das Paket aber selbst abholen.

Aus welchen Gründen haben Sie es ansonsten vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden? (fehlende Datensicherheit, mangelhafte Rechtsdurchsetzung, technische Barrieren,…)

Weil ich Angst habe, dass es unsicher ist und ich ungern meine Daten bekannt gebe. Wenn ich dadurch aber Geld sparen kann und nur so an das Produkt heran komme, dann bestelle ich halt über das Internet.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Bei dem einen mal nicht und ansonsten habe ich noch keine Erfahrungen damit gemacht.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Dass man es womöglich günstiger bekommt als in einem Geschäft. Man bekommt Produkte, die in Geschäften nicht angeboten werden. Man kann allerdings nie genau wissen, ob der Webshop wirklich seriös ist. Man hört auch immer wieder, dass Konten und Kreditkarten gehackt werden. Das macht mich vorsichtig.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Allgemein passt das. Manchmal mehr, manchmal weniger. Es kommt darauf an, worum es sich handelt.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Wenn sie etwas Teures einkaufen, werden sie die Haltbarkeit höher einschätzen, als wenn sie etwas Billiges einkaufen. Im Groben wird das schon passen.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	3	6
Bekleidung	6	10
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	7	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	4	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	15	20
Computer	5	10
Mobiltelefone	3	5
Pkw	8	15

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Sehr zufrieden bin ich mit meinem Grundig Weltempfängerradio. Zehn Jahre habe ich das schon und es hat mich nie im Stich gelassen.

Ich habe mir in den letzten beiden Jahren zwei MP3 Player gekauft, die nach kurzer Zeit wieder kaputt waren. Nicht mal ein Monat konnte ich die verwenden. Das waren „Billigsdorfer“-Marken, die kein Mensch kennt.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Natürlich. Optimal wäre es, wenn man sie gar nicht reparieren müsste, sondern sie auch ohne Reparatur lange halten. Die Reparatur soll dann nicht aufwändig und teuer sein, sonst kann man sich ja gleich was Neues kaufen.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Irgendwie habe ich das Gefühl, dass die Qualität abnimmt und alles schneller kaputt geht. Gerade technische Sachen werden immer günstiger und die Reparaturen teurer. Waschmaschinen und Handys sind da ein sehr gutes Beispiel. Deswegen ist es oft gescheiter, die Produkte wegzuwerfen und sich neue zu kaufen, statt sie reparieren zu lassen, kommt mir vor.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Eine Art Hotline, oder wo man anrufen oder hingehen kann, um sich zu beschweren. Wo Konsumenten über ihre Rechte aufgeklärt werden, oder wenn sie Fragen haben.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Keine Ahnung, ich habe sowas noch nie in Anspruch genommen, aber es gibt bestimmt eine Hotline oder sowas, wo man anrufen kann.

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Medikamente, Lebensmittel, Bekleidung.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	4
Wohnung und Grundstücke	4
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	4
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Für die Leute, die das machen, ist das sicher wichtig, für mich weniger. *(Anmerkung: betrifft Haustürgeschäfte).*

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Nein, noch nie.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nein, auch nicht. Ich habe mich noch nicht so genau damit befasst.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ich glaube ja, wenn sie schon ein bisschen älter sind. Nicht unbedingt schon in der Volksschule, aber später dann, wenn sie das auch verstehen.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Man sieht oft geschmacklose und verstörende Szenen. Da gab es so einen Spot, wo jemand ins Koma gefallen ist, weil die Preise so niedrig waren. Oder man sieht auch immer wieder nackte Menschen, die sogar Sex miteinander haben. Sowas geht zu weit. Da sehen ja auch Kinder zu. Werbespots sollten anständiger werden und nicht um jeden Preis Aufmerksamkeit erregen.

Fühlen Sie sich eher belästigt oder auch informiert?

Es ist einerseits ein bisschen nervig, andererseits versuche ich es auch zu ignorieren. Außer vielleicht, es ist mal wirklich etwas Interessantes dabei. Wenn ich zB ein neues Handy brauche und in der Werbung ein günstiges Angebot sehe. Ich finde die Werbung vor allem im Fernsehen lästig und im Briefkasten. Es lässt sich nicht vermeiden, sich die Reklame aus dem Briefkasten anzuschauen. Wenn mal etwas Interessantes für mich dabei ist, dann picke ich mir das heraus. Der Rest wird sofort weggeworfen. Im TV finde ich die meisten Werbungen sehr blöd. Die sind so… dumm… wie kann man das am besten ausdrücken? Sie nerven einfach. Plakate stören mich nicht, die gehören zum Stadtbild dazu. Beim Autofahren können Sie aber ablenken und zu Verkehrsunfällen führen, im schlimmsten Fall.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Meine kleinen Cousinen haben so eine Barbiepuppe in der Fernsehwerbung gesehen und dann wollten sie die unbedingt zu Weinachten haben.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Es weckt bei Menschen den Bedarf, etwas haben zu müssen. Ich würde sagen, alle sind gleich empfänglich, mehr oder weniger. Es kommt immer darauf an, um welche Werbung es geht und wer damit angesprochen werden soll.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Na schon stark. Die Werbung ist immer so schön bunt und kindergerecht. Die arbeiten mit allen Tricks.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Das schon. Wir wohnen in einer Reihenhausanlage und da kennt jeder jeden. Man kann sich auf die Nachbarn zum größten Teil verlassen. Meine Freunde sind eher unzuverlässig. Auf die Familie kann man sich auf jeden Fall verlassen. Ich wohne bei meinen Eltern, aber ansonsten habe keine Verwandtschaft in der Nähe.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Selten. Reparaturen werden von meinem Vater selbst erledigt.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Dass sie verlässlich und hilfsbereit sind und das man sich gut mit denen versteht. Dass man gut mit denen auskommt. Keine Falschheit. Dass sie gepflegt sind und nicht negativ durch schlechtes Benehmen auffallen… Das war es im Großen und Ganzen.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Nicht viel eigentlich. Das war immer schon so. Die Menschen wollten mit ihren Mitmenschen immer schon gut auskommen.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Die sind bestimmt im Großen und Ganzen zufrieden, obwohl sie sich schon oft über die hohen Preise ärgern.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ein bisschen was geht mir schon ab, ich verdiene nicht so viel. Es sind halt Kleinigkeiten, die ich gerne hätte, keine extravaganten Luxussachen.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ja, ich würde gerne mal in die Karibik fliegen, oder eine Tour durch die USA. Warum… einfach weil ich gerne reise, das hat mich schon immer fasziniert.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Da kenne ich leider niemanden.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Nein. Ich konzentriere mich auf die wichtigen Funktionen, die ich brauche. Welche Zusatzfunktionen sollte ich bei einer Waschmaschine brauchen? Ich brauche auch kein Superphone, nur weil die anderen auch eines haben. Hauptsache ich kann damit telefonieren und Nachrichten schreiben. Mehr brauche ich nicht. Außer Fotografieren vielleicht.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Letztens vor ein paar Tagen habe ich meine Mama in Wien getroffen und dann wollten wir mit dem Zug heim fahren. Es stand aber nirgends dabei, ob es unser Zug ist. Dann sind wir einfach eingestiegen und die inkompetente Schaffnerin hat nicht erwähnt, wo dieser Zug hält. Wir sind weiter gefahren, als wir eigentlich wollten. Und dann mussten wir wieder zurückfahren und wenn mich auf der Rückfahrt ein Schaffner kontrolliert hätte, hätte ich Strafe zahlen müssen, weil es bereits eine Zone weiter war… nur wegen der doofen Schaffnerin.

Wie reagierte man auf Ihre Beschwerde? Wurde eine Lösung gefunden?

Ich habe mich nicht beschwert, weil es mir einfach zu blöd war. Ich wollte keine weitere Energie dafür verschwenden.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“.

Man soll gefälligst die Packerl – z.B. Suppenpackerl, Cerealien oder auch Chips – voll machen und nicht nur bis zur Hälfte, wo man dann den vollen Preis zahlen muss, das ist doch der ur Betrug.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	3
Verkehrsanbindung	2
Lärm	2

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

6 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Darüber mache ich mir noch keine Gedanken.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Es gibt eh genug Einkaufsmöglichkeiten, aber die sind weiter weg. Wir müssen immer mit dem Auto fahren, da wir am Stadtrand in einer kleinen Wohnsiedlung wohnen. Es wäre gut, wenn es zumindest einen kleinen Penny oder Zielpunkt gäbe, den man rasch zu Fuß erreich kann, falls man Kleinigkeiten braucht. Man könnte einen in Bahnhofsnähe bauen, denn dort gibt es leider überhaupt keine Geschäfte. Ich fahre manchmal nach Wien, um mit meiner Mutter oder Freundinnen shoppen zu gehen. Wir haben eine gute Zugverbindung nach Wien. Es gibt nur wenig Auswahl an Bekleidungsgeschäften in unserer Stadt. Auch Media Markt oder Müller haben wir hier leider keinen.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Die Produkte werden nicht nur in Österreich hergestellt, sondern auch in anderen Ländern. Also noch viel mehr als früher. Bei den Cerealien zum Beispiel steht nur mehr drauf, dass es in der EU hergestellt wurde, in Klammer Spanien, Polen, England, etc.… aber man weiß es dann nicht mehr konkret. Bei den Packerlsuppen hab ich gehört, dass die nicht mehr in Wels – so wie früher – sondern in Polen hergestellt werden. Die Produkte sind wahrscheinlich auch teurer geworden.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Also Vorteile… Die gemeinsame Währung, also dass man nicht mehr dauernd Geld wechseln muss wenn man ins Ausland fährt. Offene Grenzen, keine Staus beim Grenzübertritt. Nachteile sind dann: Höhere Kriminalität, weil jetzt kommen alle leicht zu uns rüber. Jetzt sind viele Banden aus dem Osten da und ich fürchte mich schon fast, wenn ich durch die Straßen gehe.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Ich persönlich bin gegen die EU, weil das einfach zu viele verschiedene Länder und Kulturen sind, die halt nicht so wirklich zusammen passen. Für die Zukunft sehe ich da eher schwarz. Ich will, dass Österreich seine Kultur und Unabhängigkeit behält.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Der ist toll, der Euro. Aber durch den Euro ist leider auch alles teuer geworden. Da die Summen kleiner geworden sind, gibt man das Geld leichter aus.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ich komme schon gut damit klar, außer manchmal mit den 2 und 5 Cent Münzen, die verwechsle ich oft, wenn ich viele Münzen im Geldbörsel habe.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Nein, überhaupt nicht. Was soll mir das bringen?

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Ja schon. Ich habe keine Beweise oder Beispiele dafür, aber was man so hört, ist es schon teurer geworden. Ich denke, dass der Euro der Teuro ist (lacht).

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Lebensmittel, Wohnen. Bei Gewand weiß ich es nicht. Ich denke, dass es vor allem bei Lebensmitteln und Wohnen teurer geworden ist. Die Grundsachen halt vor allem.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Nein.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie, was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Müll trennen, viel mit den Öffis fahren, oder zu Fuß gehen, statt mit dem Auto – auf kurzen Strecken. So wenig wie möglich das Licht aufdrehen, solange es hell ist. Kleidung aus Naturfasern kaufen, statt synthetischen Fasern. Ökowaschmittel mit natürlichen Tensiden verwenden. Keine Fernreisen machen. Lieber im Inland Urlaub machen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Nein. Ich gehe schon sparsam mit Energie um, aber wirklich auf was verzichten würde ich deswegen nicht.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Nein. Auf sowas verzichte ich sicher nicht, denn es sind sowieso genug Leute, die nicht darauf verzichten. Ich reise gerne und es ist doch schön, die Welt kennenzulernen. Ich fliege eh so selten und die fliegen sowieso mit mir oder ohne mich. Beim Auto habe ich mir noch keine Gedanken gemacht.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Ich habe weder Auto noch Führerschein. Wenn ich aber Auto und Schein hätte, dann würde ich es schon benutzen. Im Moment kann ich darauf verzichten, praktisch wäre es manchmal aber schon. Vor allem im Winter hätte ich gerne eines, weil ich zum Bahnhof gehen muss und da kann es sehr stürmisch werden.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Ins Fitnesscenter gehen, das kostet nicht wenig Geld, aber es macht Spaß und es belastet die Umwelt nicht. Bei schönem Wetter gehe ich auch gerne spazieren oder schwimmen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ja. Also so ganz genau nehmen sie es – glaub ich – nicht, aber die meisten sind zumindest bemüht. Die Müllcontainer gehen manchmal schon über, weil der Müll viel zu selten abgeholt wird, und das was am Boden landet, wird von den Müllmännern nicht mitgenommen und das finde ich eine Frechheit.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 6

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	27
Geschlecht	M
Beruf	Student
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Unter € 1.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	AHS, BHS mit Matura

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich habe nichts gegen das Einkaufen, es gehört halt zum Alltag dazu. Allerdings kostet es viel Zeit und darum versuche ich, so selten wie nur möglich Einkaufen zu gehen, um mir unnötige Wege zu ersparen. Ich schreibe keine Einkaufslisten, sondern habe ungefähr im Kopf was ich brauche und entscheide dann spontan.

Wie oft gehen Sie in der Woche Einkaufen und wo?

Naja, einmal in der Woche ein Großeinkauf beim Merkur in der Lugner City und kleinere Einkäufe, wie Milch usw. beim nahegelegenen Hofer, Penny oder Spar.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Da überlege ich mir erst was und wie viel ich brauche und entscheide dann wo ich einkaufen gehe. Ich muss auch erst immer überlegen, ob das Einkaufen in meinen Zeitplan passt – also wann ich gehe und ob es dringend ist, oder noch warten kann.

Was ist dabei <u>angenehm</u> für Sie und was empfinden Sie als <u>störend</u> und <u>lästig</u>?

Angenehm ist, wenn man sich in Ruhe umschauen kann, was es so im Angebot gibt und sich überlegt, was man in den nächsten Tagen so essen möchte. Ich nehme mir schon meistens die Zeit, mich in Ruhe umzuschauen und suche auch gezielt nach Angeboten, bei denen man Geld sparen kann. Was ich nicht mag, sind die vielen Leute, denen man immer ausweichen muss, die teilweise langen Schlangen an der Kassa und die hektische Zahlungsabwicklung. Ich wünsche mir, dass man irgendwann das „Wagerl“ *(Anmerkung: den Einkaufswagen)* nicht mehr ausräumen muss, also das eben alles eingescannt wird und dass man dann eben an Automaten in Ruhe zahlen kann, oder es gleich direkt vom Konto abgebucht wird.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Eh zufrieden eigentlich. Vor allem beim Merkur gibt’s eine riesige Auswahl an Produkten. Bei den Diskontern reicht mir die kleinere Auswahl.

Und ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Naja, mal überlegen. Die Auswahl ist schon sehr groß, vor allem wenn man daran denkt, wie es noch vor hundert Jahren oder so gewesen ist. Wir leben halt im Überfluss. Aber ansonsten würde ich sagen: „Je mehr Auswahl, desto besser für mich eigentlich“, oder? Ich würde die Auswahl weder vergrößern noch verkleiner wollen, sagen wir es mal so.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Naja, Auswahl hat man in jedem Bereich eigentlich ziemlich viel. Beim Bier hätte ich manchmal gerne mehr Auswahl, weil ich da gerne immer wieder etwas Neues ausprobieren würde. Auch beim Joghurt hätte ich gerne mehr Auswahl, weil ich experimentierfreudig bin. Dass es hier zu wenig Auswahl gibt, darf man aber auch nicht sagen. Beim Brot und dem ganzen Gebäck gibt’s meiner Meinung nach vielleicht ein bissl zu viel Auswahl. Da tut es mir jedes Mal Leid, wenn ich daran denke, was da alles weggeworfen wird, wenn es nicht konsumiert wird. Bei den Chips und Süßwaren bräuchte ich auch nicht so viele verschiedene Sachen, ich versuche da lieber gesünder zu leben.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Puh, das ist eine schwierige Frage… Also wenn ich zu einem Regal komme, dann schaue ich mir sicher nicht alle Produkte genauer an, da werde ich ja alt dabei. Ich schaue halt, was so im Angebot ist und dann überlege ich mir, ob ich das haben will oder lieber doch was anderes nehme. Hin und wieder möchte ich halt auch mal was probieren, was ich noch nicht kenne, da suche ich dann ein bisschen länger. Ich hätte jetzt nicht gesagt, dass ich mich überfordert fühle, aber wenn ich so darüber nachdenke, dann erschlägt mich das Angebot an Knabbersachen und Getränken schon immer wieder und ich werde dann manchmal ungeduldig und nehme, was mir so ins Auge springt, weil ich halt nicht so lange stehen will, um mir jedes Produkt und jedes Preisschild genau anzuschauen.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Also bei Milchprodukten schaue ich immer aufs Ablaufdatum, auch bei Brot und anderen schnell verderblichen Lebensmitteln. Ja, ansonsten interessiert mich halt der Preis. Ach ja, bei Obst und Gemüse noch das Herkunftsland, aber das steht eh immer drauf. Mal überlegen, ansonsten wüsste ich grad nicht, was mir fehlen würde.

Kommt es vielleicht manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Probleme? Ja, manchmal muss man etwas länger nach dem Ablaufdatum suchen, weil es klein und versteckt auf der Packung steht. Und der Preis pro Kilo oder Liter usw. ist so klein geschrieben, dass man meist gar keine Lust hat, den zu lesen, finde ich halt. In Schweden haben sie den groß angeschrieben in den Supermärkten. Der sticht einem förmlich ins Auge.

Was würden Sie sich bei der Kennzeichnung für die Zukunft wünschen?

Ach ja, da fällt mir noch was ein. Ich habe mal gelesen, dass man mittels Ampelfarben auf die Packung schreiben könnte, wie gesund oder schädlich ein Produkt ist, also wie viel Zucker und Fett usw. drinnen ist. Das wäre doch eine nette Idee. Damit müsste sich dann eine unabhängige Behörde befassen und der Aufdruck müsste so wie bei den Gesundheitswarnungen bei den Zigaretten verpflichtend sein.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	5
Ablaufdatum	3
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	3
Herkunftsland	2
Hersteller/Produzent	4
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	3

Wichtige Anmerkungen: Am Grundpreis orientiere ich mich nicht. Das Ablaufdatum ist mir nur bei schnell verderblichen Waren wichtig, ansonsten sehe ich mir das nicht an. Die Umweltverträglichkeit ist sicher sehr wichtig, aber ich achte da jetzt nicht so wirklich darauf, wenn ich etwas kaufe.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Nein, das glaube ich nicht. Die meisten werden zwar sagen „ja klar achte ich darauf“, aber wenn sie ein bestimmtes Produkt kaufen, wird ihnen das Gütezeichen nicht einmal auffallen.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Ohje, da haben Sie mich jetzt erwischt. Spontan würde mir das AMA Gütezeichen einfallen. Ansonsten steht hin und wieder Bio oder Fairtrade drauf. Kann man die als Gütezeichen bezeichnen? Oder Ja!Natürlich gibt’s auch noch, falls das gilt.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Für mich ist es ein Bonus, wenn ich weiß, dass die Lebensmittel Bio sind, aus Österreich kommen und keine schädlichen Inhaltsstoffe drinnen sind. Also Gütezeichen sind demnach ein positives Kaufargument, aber ich suche jetzt nicht aktiv nach bestimmten Gütezeichen auf der Packung. Verstehen Sie?

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfs hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja, sicher erlebe ich das anders. Es kommt ja schließlich auch nicht so oft vor. Wenn ich in den Supermarkt gehe, dann immer mit der Absicht, auch etwas zu kaufen. Das ist eben Alltag und Routine. Wenn ich allerdings zum Media Markt oder Saturn gehe, dann meistens nur, um zu schauen, was es so Neues gibt. Vor allem bei Musik, Spielen und Filmen schaue ich mich gerne um und wenn

mir dann etwas gefällt, dann merke ich mir das, um es mir daheim herunterzuladen (lacht). Also das mache ich schon gerne, wenn es sich eben ergibt und ich Zeit dafür finde.

Wie sieht es im Vergleich zB mit Bekleidung aus? Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Also Gewandkaufen tu ich jetzt nicht so gerne. Das mache ich auch nur wenige Male im Jahr, weil… hm, keine Ahnung, ich mag es einfach nicht so wirklich. Da brauche ich auch immer meine Freundin mit oder eine andere Person, damit das Gewandkaufen erträglicher wird. Alleine würde ich mir da eher verloren verkommen. Ich brauche da auf jeden Fall eine zweite Meinung. Und zu lange soll es nicht dauern, ich will das eher schnell hinter mich bringen und nicht so viel suchen und herum probieren. Leider finde ich selten etwas, das mir wirklich gefällt, dann nehme ich meistens einfach das, was gerade in Aktion ist. Mir ist vor allem wichtig, dass es passt, gut aussieht und günstig ist. Ob es gerade in Mode ist, kümmert mich überhaupt nicht.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	2
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	4
Garantiedauer	4
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	3

Wichtige Anmerkungen: Benutzerfreundlichkeit stellt sich meistens erst im Nachhinein heraus, das kann man vor dem Kauf oft schwer überprüfen. Klar sind mir Preis und Leistung wichtig, besonders schaue ich aber darauf, dass die beiden in einem vernünftigen Verhältnis zueinander stehen, also das Preis/Leistungsverhältnis.
Bedienung und Garantiedauer sind mir dann eher nach dem Kauf wichtig, aber vor dem Kauf schaue ich eher weniger darauf.

2.1 Kaufentscheidung und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Also meine letzte größere Anschaffung war das Z906 von Logitech *(Anmerkung: 5.1 Soundsystem)*.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert?

Da habe ich mich schon sehr umfangreich vorher informiert. Vor allem übers Internet, da habe ich in diversen Foren Meinungen eingeholt und viele Testberichte gelesen. Das Teil war sehr teuer und ich wollte sicher gehen, keinen Fehlkauf zu tätigen. Ich habe mich noch über die Kabellänge bei einem Media Markt Verkäufer erkundigt, aber die Typen haben ja meistens keine Ahnung über die Dinge, die sie so verkaufen. Im Internet findet man die Informationen schneller und einfacher. Beim Händler kann man sich das Produkt halt in Natura anschauen, das ist schon super, aber bestellen kann man es dann trotzdem im Internet (lacht).

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja sicher, über Geizhals.at. Das mache ich immer so bei technischen Geräten. Beim günstigsten Händler schlage ich dann zu.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil ich schon seit langem mit dem Gedanken spiele, mir ein besseres Soundsystem zu leisten. Die Zeit war reif dafür (lacht).

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Der Preis natürlich, aber noch wichtiger war die Leistung, also die Qualität und eigentlich auch die Marke.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Jein. Ich wüsste niemanden, der mir so ein teures Geschenk machen würde (lacht). Aber nachgedacht habe ich vermutlich schon darüber. Oder nein, eigentlich nicht.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben? Also vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche?

Also ein neues Soundsystem suche ich schon seit Jahren, es hat lange gedauert, bis ich mich mal für eines entschieden habe. Oder meinen Sie jetzt das Z906?

Das Produkt, das sie gekauft haben.

Gesehen habe ich das Gerät zum ersten Mal beim Media Markt, ich glaube es war eh im Juni oder Juli. Da habe ich mir dann gedacht: „hey, das wäre vielleicht etwas für mich“. Informiert habe ich mich darüber eigentlich noch am selben Tag, nämlich dann daheim im Internet. Da waren nur wenige Stunden dazwischen.

Und wie lange hat es gedauert bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Damit meine ich die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf?

Das hat dann etwas länger gedauert, sicher zwei Wochen bis ich das Produkt dann im Internet bestellt habe.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes?

Nein, im Grunde nicht. Es war halt mühsam, die vielen Kabel zu verlegen, aber ich kenne mich mittlerweile ziemlich gut aus mit Soundsystemen und wusste schnell was zu tun ist. Das Meiste war für mich selbsterklärend und nachvollziehbar. Den Rest habe ich durch „learning by doing“ herausgefunden.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Jein. Ich habe sie flüchtig durchgeblättert, weil ich neugierig war, was denn da so alles drinnen steht, aber wirklich gebraucht habe ich sie nicht.

Sind Sie also mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Klar bin ich damit zurecht gekommen, ich habe mich wie gesagt aber nicht sonderlich ausgiebig damit befasst. Was mich allerdings stört ist, dass Bedienungsanleitungen oft in allen nur erdenklichen Sprachen verfasst sind. Das macht sie unnötig dick und verursacht unnötigen Mist. Auch wenn es aus produktionstechnischen Gründen Sinn macht, so würde ich mir dennoch wünschen, dass Anleitungen nur in deutscher Sprache bei uns erhältlich sind.

3. Beschaffungen per Internet

Sie haben also wie Sie bereits erwähnt haben schon einmal etwas über das Internet gekauft, also in einem Onlineshop, Internet-Auktionshaus, etc.

Ja, genau.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Ich nutze das Internet gelegentlich für Bestellungen, vor allem wenn ich mir technische Geräte kaufen will, dann nutze ich den Onlineshop vom jeweiligen Händler, was etwa 3-mal im Jahr vorkommt. Ansonsten bestelle ich mir alle paar Monate mal ein Videospiel oder ein Buch per Amazon.at oder anderen Händlern, die ich als sehr vertrauenswürdig erachte. eBay zB habe ich noch nie benutzt, das ist mir zu riskant. Negative Erfahrungen habe ich noch keine gemacht.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Lassen Sie mich mal überlegen… nein eigentlich nicht, ich habe eine eigene Email-Adresse für Bestellungen, dementsprechend ist es mir dann auch egal, wenn ich Werbung, Gewinnspiele und so einen Mist zugeschickt bekomme. Ich bin bisher aber noch kein Opfer von Betrügereien geworden, mit meinen Daten gehe ich nämlich sehr vorsichtig um.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Die Vorteile sind natürlich das große Angebot und die Möglichkeit, grenzüberschreitend einzukaufen, ohne das Wohnzimmer zu verlassen. Das Internet ist da schnell, einfach und bequem und man kann sich im Vorfeld über Produkte informieren und Meinungen einholen. Nachteilig ist eben, dass man die Ware nicht vorher sehen kann und bei Einkäufen im Ausland kann es zu rechtlichen Schwierigkeiten kommen. Auch gibt es immer wieder Datenmissbrauch und Betrügereien.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern, also zB bei Bekleidung und technischen Geräten usw.?

Da müsste ich jetzt raten. Ich rede mit den Leuten in der Regel nicht über sowas (lacht). Das kommt halt immer darauf an worum es geht. Manchmal meckern die Leute schon über irgendwelche Sachen und meinen dann: „so ein Klumpert“.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach zu niedrig oder passt das ohnedies?

Rein vom Gefühl her hätte ich gesagt, dass die Leute damit weniger zufrieden sind. Unzufriedenheit liegt ja bekanntlich in der Natur des Menschen (lacht).

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	3	5
Bekleidung	10	15
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	30
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	5	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	15	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	20
Computer	2	5
Mobiltelefone	2	5
Pkw	8	15

Wichtige Anmerkungen: Bei Schuhen kann man das wirklich schwer sagen. Es kommt halt immer darauf an was für Schuhe das sind und wie oft man sie trägt. Socken und Unterwäsche halten bei weitem nicht so lange. Vielleicht zwei Jahre, aber dann haben sie ein Loch. Also Soundsysteme und Spielkonsolen halten meines Wissens nach ein ganzes Stück länger als Fernseher. Ein Computer hält vielleicht 2 Jahre, bis man entweder das Netzteil oder das Mainboard auswechseln muss.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Langlebigkeit wirklich zufrieden waren?

Ja, mein MP3 Player von iRiver, der hat mittlerweile schon fast 8 Jahre auf dem Buckel und funktioniert immer noch so wie am ersten Tag. Ich hätte nie gedacht, dass so ein Gerät so lange halten kann. Allerdings läuft das Gerät noch mit Batterien. Heutzutage haben MP3 Player nur noch integrierte Akkus, wodurch man sie nach etwa drei Jahren nicht mehr mit voller Leistung verwenden kann.

Haben Sie auch ein Negativbeispiel?

Da gäbe es sicher einige, aber mir fällt gerade keines ein. Ich hatte schon öfter Schuhe, die nach ein oder zwei Jahren völlig abgetragen waren, da war ich dann schon sehr enttäuscht. Bei Schuhen gebe ich aber auch nicht sonderlich viel Geld aus. Wie sagt man so schön: „wer billig kauft, kauft teuer!“.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das nicht erforderlich?

Wenn Sie mich so fragen, dann ja, sicher. Wenn man zB Autos, Fernseher oder Computer leichter reparieren kann, dann werden sie auch länger verwendet und das verursacht dann weniger Mist. Wobei Handys und Computer wahrscheinlich trotzdem weggeworfen werden, einfach weil es mittlerweile etwas Besseres am Markt gibt. Aber grundsätzlich halte ich es schon für sinnvoll, wenn sich Geräte leichter reparieren lassen, um der Wegwerfgesellschaft entgegenzuwirken.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Ich schätze die Entwicklung eher Gegenteilig ein. Die Lebensdauer von Produkten verkürzt sich immer mehr. Konsumgüter werden immer früher weggeworfen, entweder weil sie nicht mehr

modern sind, schneller kaputt gehen oder es einfach etwas Besseres gibt. Seitens der Firmen besteht ein Druck Kosten einzusparen, wodurch billig produziert wird und demzufolge gehen viele Geräte auch schneller kaputt.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass die Konsumenten vor Betrug geschützt werden und dass Geschäftsbedingungen und Verträge so gestaltet werden müssen, sodass Konsumenten keine gravierenden Nachteile erleiden. Und falls man Fragen und Probleme hat, kann man sich eben an den Konsumentenschutz wenden, die kümmern sich dann darum. Bei Lebensmitteln zB wird darauf geschaut, dass keine gesundheitsschädlichen Stoffe usw. enthalten sind. Mehr fällt mir jetzt auch nicht ein.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Naja, an die Arbeiterkammer, denke ich mal. Ansonsten gibt’s ja noch den Verein für Konsumentenschutz und… sicher gibt es da noch einige andere Stellen.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Also auf jeden Fall einmal bei Lebensmitteln! Da ist es mir schon sehr wichtig, dass keine krebserregenden oder schädlichen Stoffe drinnen sind. Hier sollte man sehr, sehr streng kontrollieren. In der Schule haben wir damals gelernt, dass in Allgemeinen Geschäftsbedingungen keine Klauseln enthalten sein dürfen, mit denen nicht gerechnet werden kann. Sowas ist auch sehr wichtig. Ansonsten würde mir noch der Datenschutz einfallen, da ist es wichtig, dass der so weit wie möglich gewahrt wird. Vor allem im Internet, das wird ja immer wichtiger werden. Hier sollte man strengere Gesetze erlassen.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	2
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	3
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	2
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Bei Haustürgeschäften ist es sicher wichtig, aber da ich sowas niemals mache, hat es keine Bedeutung für mich.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Da muss ich gestehen, dass ich mich da jetzt noch nicht so wirklich damit auseinandergesetzt habe. In der Schule haben wir das damals durchgenommen, aber das ist sehr lange her. Wenn ich mal etwas wissen möchte, dann schaue ich einfach im Internet nach oder Rufe notfalls bei der Arbeiterkammer an, je nachdem.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Wer gibt schon gerne zu, dass er keine Ahnung hat (lacht). Nun ja, ich denke, dass ich schon recht uninformiert bin, aber das geht sicher den meisten so, auch wenn es nicht ein jeder gleich zugeben mag.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja, das halte ich schon für sehr wichtig. Man lernt ja bekanntlich fürs Leben. Das wäre zumindest mal etwas, dass man später auch gebrauchen kann. Ansonsten lernt man ja eh hauptsächlich Dinge, die man nie wieder braucht im Leben, finde ich. In der Unterstufe sollte man das durchnehmen und in der Oberstufe vertiefen.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Das ist halt einfach etwas, womit man sich abfinden muss. Ohne Werbung könnten sich die meisten Fernsehsender, Radiosender, Zeitungen, Zeitschriften usw. gar nicht finanzieren. So gesehen ist Werbung teilweise auch eine positive Sache, weil ohne sie bestimmte Veranstaltungen und Unterhaltungsformate gar nicht erst möglich wären.

Fühlen Sie sich von Werbung belästigt oder informiert?

Informiert sicher auch teilweise, aber in erster Linie schon belästigt. Ich versuche immer wegzuschauen, vor allem bei Fernsehwerbung, da schalte ich um und Radio höre ich sowieso nicht, weil mir da die Werbung auf die Nerven geht. In Zeitungen überblättere ich die Werbung. Also wie gesagt: Werbung mag zwar wichtig sein wegen der Finanzierung und so, aber für den Konsumenten ist sie schon sehr lästig, da sie ja allgegenwärtig ist. Werbung aus dem Briefkasten wird immer gleich entsorgt. Demnächst werde ich mir das „Keine Reklame“-Pickerl besorgen. Plakate fallen mir gar nicht so sehr auf. In der Nacht empfinde ich aber die Leuchtreklame beim Autofahren als störend. Insbesondere wenn die Straßen nass sind und sich die leuchtenden Werbetafeln am Boden spiegeln, das lenkt total ab!

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Die meisten Menschen werden zwar sagen, dass sie sich nicht davon beeinflussen lassen, aber im Unterbewusstsein wird sich schon eine Wirkung zeigen. Alles was wir sehen und hören beeinflusst uns schließlich auf die eine oder andere Art.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Konkret fällt mir da jetzt nichts ein, aber ich denke, dass es genug Hausfrauen gibt, wie meine Mutter zum Beispiel, die die Wurfpost nach Sonderangeboten durchsuchen und dann zu dem Supermarkt gehen, um bei dem jeweiligen Angebot Geld zu sparen.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere? Was meinen Sie?

Werbung ist sicher dann am wirksamsten, wenn sie die Aufmerksamkeit der Leute auf sich lenkt, also durch Provokation zB und oft genug wiederholt wird. Ich glaube nicht, dass man hier Verallgemeinerungen treffen kann. Am ehesten vielleicht junge Frauen, aber ich weiß nicht so recht. Bildung und Einkommen spielen wahrscheinlich auch eine Rolle. Die eher Ungebildeten lassen sich womöglich leichter beeinflussen. Die Werbung zielt immer auf bestimmt Zielgruppen ab. Ich lasse mir sicher von einer Werbung über Computerzubehör eher was einreden, als über irgendwelche Kosmetikartikel. Bei meiner Freundin wird das genau andersrum sein.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Schon sehr stark, wenn man sie gezielt anspricht, also mit sprechenden Tieren und bunten Farben.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Familie, Freunde oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

An die Nachbarn würde ich mich nicht wenden, die kenne ich nämlich gar nicht. Ich würde auch nicht wollen, dass sie zu mir kommen und mich um irgendetwas bitten. An meine Freunde könnte ich mich sicher teilweise wenden, aber das versuche ich eher zu vermeiden, da kümmere ich mich lieber selbst drum. Ansonsten wende ich mich eher an meine Eltern, falls ich irgendwas benötigen sollte, vor allem bei Reparaturen und anderen Problemen im Haushalt.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Alle paar Monate mal, vielleicht so ca. 6-mal im Jahr, aber das ist verschieden. Meistens versuche ich selbst meine Probleme zu lösen.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, spricht: worauf legt man besonders viel Wert?

Dass die Leute freundlich, höflich und rücksichtsvoll sind und einander mit Respekt begegnen. Ansonsten ist es sicher auch für andere wichtig was man an hat, also das Auftreten im Allgemeinen. Dann noch Erfolg im Beruf, Wohnung und die Ausdrucksfähigkeit – also Wortschatz und Redegewandtheit.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Ich glaube, dass die Menschen früher etwas oberflächlicher waren. Da wurde viel mehr darauf geschaut was die Leute an haben, welche Frisur sie haben und welche materiellen Dinge sie besitzen. Heute achten die Leute viel mehr auf die Interessen, also welche Bücher, Filme usw. man mag und welche Ansichten man vertritt. Es ist heute weniger wichtig viel Geld und Macht zu besitzen, sondern sein Glück zu finden und sich selbst treu zu bleiben. Ich denke, es gibt immer mehr Menschen, die das erkennen. Es kommt freilich sehr stark auf die Kreise an, in denen man sich bewegt. Also zumindest in meinem Umfeld kommt mir das so vor. Konservativere Menschen sehen das freilich anders.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Man versucht halt das Beste aus seiner Situation zu machen und gibt sich mit dem zufrieden was man hat. Klar versucht man nach mehr zu streben, aber alles in allem denke ich, dass die Leute schon zufrieden sind. Wir leben ja eh im Überfluss hier in Mitteleuropa, das ist ja nicht überall selbstverständlich.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Da ich ja noch studiere habe ich nicht sehr viel Geld zur Verfügung. Ich arbeite bloß auf geringfügiger Basis. Es reicht zwar aus, um meine Kosten zu decken, aber wirklich was leisten kann ich mir momentan nicht. Zum Überleben reicht es, aber mehr auch schon nicht. Das wird sich aber bald mal ändern, so hoffe ich.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ja, da gäbe es so einiges. Ich würde mir gerne Urlaube leisten können, um die Welt kennenzulernen. Da gäbe es noch mehrere Dinge, die ich mir mal leisten möchte, sobald ich Vollzeit arbeite, wie zB eine größere Wohnung mitsamt Einrichtung, ein neues Auto, usw. Einstweilen muss ich halt noch auf vieles verzichten und mir genau überlegen, wofür ich mein knappes Geld ausgeben möchte. Das wird sich aber in nächster Zukunft sicher ändern.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Also zum Glück kenne ich niemanden, den ich so einstufen würde. Ich kenne zwar ein paar Leute, die über ihre Verhältnisse leben, aber als problematisch würde ich das nicht bezeichnen. Manche sind sparsamer, andere gönnen sich halt mehr, da ist ja nichts dabei.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Waschmaschine besitze ich keine, meine Mutter wäscht mein Gewand für mich. Aber sonst benutze ich Zusatzfunktionen schon meistens – beim Handy, am MP3 Player, beim Videorecorder oder am PC. Je nach Bedarf halt. Ich denke mir: „je mehr ein Gerät kann, desto besser“. Ich versuche die Möglichkeiten eines Gerätes weitgehend auszureizen. Wenn ich etwas nicht brauche, dann muss ich es ja nicht verwenden, oder gar nicht erst kaufen. Das bleibt jedem selbst überlassen.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Naja, nicht direkt beschwert. Vor etwa zwei Monaten war ich mit meiner Freundin im Restaurant und bekam ein blutiges Steak, obwohl ich es gut durch haben wollte. Als die Kellnerin dann gefragt hat,

ob es mir geschmeckt hat, habe ich angemerkt, dass es mir ein wenig zu blutig war. Wirklich beschwert habe ich mich aber nicht darüber, höchstens beanstandet.

Wie reagierte man auf Ihre Beschwerde? Wurde eine Lösung gefunden?

Die Kellnerin hat sich entschuldigt und ich bekam gratis ein kleines Colafläschchen zum Mitnachhausenehmen. Das war schon ok so. Ich hätte das Steak ja nicht essen müssen, habe es aber trotzdem getan.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“.

Beim wöchentlichen Einkauf stört mich der hektische und umständliche Vorgang an der Kassa, also das Ein- und Ausräumen vom Einkaufswagen und das Suchen nach dem passenden Kleingeld. Zusätzlich ärgert mich, dass täglich Tonnen an nicht verkauftem Obst, Gemüse und Brot weggeworfen werden. Erst kürzlich habe ich wieder gehört, dass in Wien täglich so viel Brot weggeworfen wird, wie in ganz Graz verkauft wird. Das ist irre! Außerdem ärgere ich mich über Mogelpackungen und irreführende Werbeaussagen.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	4
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	1
Lärm	3

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Seit gut zwei Jahren mittlerweile

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Ja, in zwei oder drei Jahren ca.

Weswegen?

Weil meine Wohnung recht klein ist und sobald ich es mir leisten kann, will ich in eine größere umziehen.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Ich habe so viele Geschäfte in meiner Umgebung, das passt auf jeden Fall. Ein Fahrzeug steht mir zwar zur Verfügung, aber aufgrund der Parkplatzproblematik in meiner Wohngegend und der Nähe der Geschäfte, erledige ich immer alles per pedes.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Wir haben sei t dem Beitritt eine neue Währung und eine größere Auswahl an Produkten.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Durch die gemeinsame Wirtschafts- und Währungsunion wird sich Europa besser gegen die großen Wirtschaftsmächte USA, China, Japan und Russland behaupten können. Reisen ins Ausland werden einfacher, da die Grenzkontrollen teilweise aufgehoben wurden und durch die gemeinsame Währung der Geldwechsel teilweise wegfällt und Preise besser vergleichbar werden.

Der Wegfall der Grenzen ist aber gleichzeitig auch ein Nachteil, da Schmuggel und illegale Einreisen dadurch erleichtert werden. Die gemeinsame Währung hat auch Nachteile, da sich eine schlechte Wirtschaftslage eines Landes auf den gesamten Wirtschaftsraum auswirkt. Der Regierungsapparat ist halt leider sehr teuer und ineffizient und auch Korruption ist keine Seltenheit.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Naja, für mich persönlich hat sich nicht so viel verändert. Längerfristig gesehen ist die Zusammenarbeit der europäischen Länder in wirtschaftlichen Angelegenheiten sicher total wichtig und unverzichtbar. Man denke nur an die aufstrebenden Volkswirtschaften von China, Indien und anderen, die uns sicher in den nächsten Jahrzehnten überholen werden. Der Beitritt zur EU war für Österreich sicher sinnvoll und notwendig. Die Union steckt noch in den Kinderschuhen, nur ein Träumer würde erwarten, dass so ein komplexes Gefüge über Nacht funktioniert. Man muss noch viel Geduld und Arbeit hineinstecken, aber langfristig werden wir die Herausforderungen meistern, davon bin ich überzeugt. Den Euro werden wir so schnell nicht los und das ist auch gut so. Eine neuerliche Währungsumstellung wäre verheerend für die Menschen.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Sehr gute Erfahrungen eigentlich. Ich habe mich längst an den Euro gewöhnt und vermisse den Schilling nicht.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Es gefällt mir weniger, dass man so viele Münzen im Verhältnis zu Scheinen hat. Die Cent-Münzen sind nicht sehr gut voneinander unterscheidbar und so muss man dann länger in der Brieftasche herumkramen, bis man die richtigen Münzen erwischt hat. Aber ich komme damit zurecht.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Nein, überhaupt nicht. Ich habe den Bezug zum Schilling längst verloren. Wenn mir jemand einen Schillingbetrag nennt, dann muss ich erst in Euro umrechen, damit ich weiß, wie viel das eigentlich ist. Ja, so ist das.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Natürlich sind die Preise seit der Euroeinführung angestiegen, keine Frage. Aber Preise steigen nun einmal, Euro hin oder her. Das liegt an der Inflation und weniger am Euro selbst.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

In der Gastronomie, da wurde unverschämt aufgerundet. Generell im Tourismusbereich spürt man die Verteuerung sehr deutlich. Auch bei Getränkeautomaten hat man aufgerundet. Fahrscheine bei öffentlichen Verkehrsmitteln wurden teurer, aber auch das Autofahren kostet jetzt mehr als noch vor zehn Jahren.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Klar, die ganzen elektronischen Sachen, vom Computer übers Handy bis zum Fernseher und dergleichen. Das liegt nicht am Euro, sondern es wird halt einfach billiger und effizienter produziert und Mengeneffekte ausgenutzt.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Jeder einzelne kann und sollte etwas beitragen. Gemeinsam können wir sicher etwas bewirken. Da gäbe es so viele Dinge, die man machen könnte.

Was fällt Ihnen da so ein?

Dinge nicht gleich wegwerfen, sondern versuchen, sie zu reparieren, falls sie kaputt gehen, oder an arme Menschen verschenken, die sowas vielleicht gebrauchen könnten. Oder Tetra-Packungen sammeln, anstatt sie in den Müll zu werfen. Mit Verstand einkaufen und nicht zu viel kaufen und dann den Rest in den Müll werfen, weil es abgelaufen ist. Oder aufs Auto verzichten und zu Fuß gehen, mit dem Rad fahren oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln reisen. Allgemein Ressourcen mit Bedacht einsetzen und Rücksicht auf die Umwelt nehmen, bei allem was man tut. Man kann zB Sirup kaufen und dann mit Leitungswasser verdünnen, statt Einwegflaschen und Dosen zu kaufen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Grundsätzlich bin ich schon dazu bereit. Wenn ich das Gefühl habe, dass die Umwelt stark dadurch geschädigt wird und ich das nicht wirklich brauche, dann verzichte ich darauf. Das ist dann aber leider auch nur ein Tropfen auf dem heißen Stein.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Gute Frage. Ich verzichte auf Früchte, die von weit her kommen und beim Transport die Umwelt belasten. Da greife ich lieber zu heimischen Früchten und Gemüse. Ich verzichte auch auf Produkte, die unnötig verpackt wurden und auf der anderen Seite wenig Inhalt bieten. Das kaufe ich dann einfach aus Prinzip nicht. Ich würde mir sehr wünschen, dass da auch andere disziplinierter wären, um ein klares Signal an die Industrie weiterzugeben.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Fernreisen mache ich keine, aber wenn ich sie mir leisten könnte, würde ich nicht darauf verzichten wollen. Bei einem Auto schaue ich sehr wohl auf den Spritverbrauch, aus ökologischen, aber freilich vor allem aus ökonomischen Gründen.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Ich kann mir vorstellen drauf zu verzichten, da es in einer Großstadt meiner Meinung nach nicht notwendig ist ein Auto zu besitzen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Definitiv. Ich gehe sehr gerne und oft Laufen. Außerdem leihe ich mir meine Bücher fast ausschließlich aus der nahegelegenen Bücherei aus. Ich gehe auch gerne im Wald spazieren und spiele Computerspiele. Freunde treffen, pokern und plaudern gehört freilich auch noch dazu.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Von den meisten Leuten schon, aber es gibt leider auch sehr viele schwarze Schafe, die sich nicht daran halten. Wenn man den Müllcontainer aufmacht, sieht man häufig Dinge, die da einfach nicht hineingehören. Manchen Leuten scheint das echt vollkommen egal zu sein. Essensreste werden von den allerwenigsten Leuten in die Biotonne geworfen und landen im Restmüll, einfach aus Bequemlichkeit. Die Ökobox wird leider nur von sehr wenigen Leuten verwendet.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 7

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	29
Geschlecht	M
Beruf	Kundenberater (geringfügige Basis), Doktorat
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Unter € 1.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Universität

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ja also, im Großen und Ganzen kommt es auf die Situation an. Manchmal finde ich es ganz nett. Manchmal ist es direkt entspannend, würde ich sagen. Man freut sich über eine Kleinigkeit, die man sich gerade kaufen möchte, oder wie auch immer. Manchmal ist es einfach lästig, wenn man irgendwas braucht und schnell noch raus muss, aber eigentlich gar nicht will. Es ist bei mir eher so, dass ich eher oft kleinere Einkäufe mache. Ich gehe mit dem Rucksack raus und mache den meistens nie ganz voll. Also ich kaufe weniger auf Vorrat ein, kann man sagen. Da ist es manchmal mühsam, wenn man immer wieder raus muss. Aber wie gesagt: manchmal macht es auch Spaß.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Im Prinzip nichts Besonderes. Ich überlege mir halt, was ich brauche, sozusagen, weil sonst gehe ich gar nicht einkaufen. Ich prüfe in Gedanken, was ich brauche. Oder ich überlege mir, welche Komplementärgüter ich noch brauche, um aus dem Vorhandenen etwas zu zaubern. Manchmal schreibe ich eine Liste, oft vergesse ich die aber zu Hause. Es ist mal so mal so. Im Großen und Ganzen würde ich sagen… ja, ich habe so ungefähr im Kopf, was ich besorgen muss und spontan kommt dann irgendetwas dazu, was man eh noch kaufen wollte. Wenn man öfter raus geht, kann man immer wieder aufs Neue überlegen, was man eigentlich machen möchte, anders als bei selteneren Großeinkäufen.

Was ist dabei <u>angenehm</u> für Sie und was empfinden Sie als <u>störend</u> und <u>lästig</u>?

Wenn ich was Neues ausprobieren kann und dass man spontan auf lustige Ideen kommt, sagen wir es mal so. Wenn es gerade etwas im Angebot gibt, das man sonst nicht kaufen würde und dann freut man sich darüber, dass man es hat. Manchmal trifft man Leute beim Einkaufen, das ist auch immer

wieder eine nette Sache. Manchmal spielen sie lustige Lieder in diesen komischen Radios. Das kann manchmal ganz witzig sein. Man merkt richtig, wie das die Leute zum Teil beeinflusst. Da geht man durch und jeder nickt ein bisschen mit dem Kopf zum Rhythmus oder so (lacht). Wenn’s ein Klassiker ist, den halt jeder kennt. Sehr nervig empfinde ich die nervige Werbung zwischen den Liedern, die dann immer rein gedröhnt wird. Was auch nervig ist: wenn sie gerne das Sortiment umstellen und man etwas suchen gehen muss, obwohl man eigentlich wusste wo das stand. Oder wenn man durchgeht und feststellt: „hey, genau die Produkte, die man sucht, gibt es gerade nicht“. Ich überlege gerade, aber viel mehr fällt mir da eh nicht ein. Die Brot- und Käseverkäuferin grüßt mich immer ganz freundlich, das empfinde ich immer als sehr angenehm. Vielleicht kommt diese Frage später noch, aber ich merke es mal an: Ich sehe mich in der glücklichen Lage, alle möglichen Supermärkte in der Nähe zu haben. Ich weiß relativ gut, wo ich was günstiger kriege. Wenn ich das brauche, gehe ich dort hin und wenn ich dies brauche, gehe ich da hin. Da weiß ich: „ich erspare mir gleich was“. Es ist kein großer Aufwand für mich. Ich muss nicht durch die Welt reisen, um die günstigsten Angebote zu haben.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Im Großen und Ganzen würde ich sagen, ich bin zufrieden. Mir fehlt selten etwas. Was ich darauf zurückführe, dass ich diese ganzen Geschäfte bei mir ums Eck habe. Manchmal kommt es mir so vor, dass es zu wenig Joghurts gibt.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Eigentlich passt‘s. Da kann ich mich nicht beschweren, da bin ich sehr zufrieden. Tendenziell manchmal vielleicht sogar zu groß.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Ich bin ein großer Freund davon, wenn saisonale Angebote kommen. Wenn zB zu verschiedenen Jahreszeiten andere Sirups und Joghurts angeboten werden. Grundsätzlich lieber ein wechselhaftes Sortiment als mehr Auswahl. Ich bin halt einer, der gerne ausprobiert. Ich wäre ein riesiger Fan von Ginger Bier. Bei Bier ist es mir fast schon zu viel, weil ich kein großer Biertrinker bin. Als Vegetarier kann ich natürlich gänzlich auf Fleisch und Wurst verzichten, eh klar. Bei Obst und Gemüse habe ich das Gefühl, da ist immer übertrieben zu viel. Man merkt einfach oft, dass die Leute es schon nicht mehr kaufen, wenn es schon ein bisschen braun ist und dann denke ich mir, das ist auch Verschwendung irgendwie. Klopapier gibt es zB viel, aber meine günstigste Marke haben sie vor kurzem gestrichen. Da fehlt mir meine Billigsdorfer Alternative. Wenn ich hauptsächlich an das Geschäft denke, wo ich fast immer bin, was bei mir der Zielpunkt ist, dann ist es für mich fast optimal, denke ich. Wenn es weniger geben würde, dann würde ich fast schon ein bisschen was vermissen. Ansonsten habe ich aber keine weiteren speziellen Wünsche.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich behalte schon eher den Überblick, würde ich meinen. Aber ich vergleiche die Produkte über mehrere Geschäfte hinweg, also bin ich da schon ziemlich kompetent, würde ich sagen. Mein Brüderchen lässt sich da auch gerne von mir beraten, wo man was am günstigsten finden kann. Es sind ja auch nicht gerade amerikanische Verhältnisse bei uns, sondern die Geschäfte sind klein genug, dass die Übersicht schnell gegeben ist.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ja, sehr oft prinzipiell, würde ich sagen. Ich weiß jetzt nicht ganz spezifische Sachen, aber zum Beispiel: Ich habe vor kurzem Backerbsen gekauft – für die Suppe – und da wollte ich nachschauen, was die eigentlich an Kalorien haben, also was für einen Brennwert die haben. Ich habe es aber nicht auf der Packung gefunden und von dem her habe ich es eigentlich vermisst. Gerüchteweise habe ich gehört, dass die Backerbsen im Schweinefett gebraten werden. Als Vegetarier habe ich das nicht so gerne eigentlich. Sowas hätte ich gerne angeschrieben. Sagen wir es mal so, als Vegetarier hätte ich den Anspruch, dass ich wirklich weiß, ob es mit Fleisch oder tierischen Substanzen in Berührung gekommen ist im Fertigungsprozess. Es macht mir keine Freude, wenn ich gerüchteweise davon erfahre und dann greife ich eher nicht mehr zu dem Produkt.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Wenn was da steht und die Informationen vorhanden sind, dann finde ich sie auch und kann sie gut lesen. Das ist nicht mein Problem, sondern trifft wahrscheinlich eher andere.

Abgesehen von den genannten Punkten: Was würden Sie sich noch bei der Kennzeichnung für die Zukunft wünschen?

Sonst zur Kennzeichnung… finde ich eigentlich ganz übersichtlich.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	2
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Da schaue ich eigentlich immer drauf, wenn ich ehrlich bin *(Anmerkung: betrifft Grundpreis)*. Da ich ja Vegetarier bin, schaue ich immer nach, was für Stoffe da drinnen sind. Sogar beim Kürbiskern-Pesto habe ich heute geschaut, was da noch so alles drinnen ist. Herkunftsland ist für mich zwischen 2 und 3, tendenziell eher 2, besonders beim Obst und Gemüse. Ich finde es ungut, dass man keinen Knoblauch mehr kaufen kann, der nicht aus China kommt. Das ist verrückt. Manche Hersteller wie zB Nestle unterstütze ich nur ungern. Da ich die meisten Firmen eh nicht kenne, ist es mir nur bedingt wichtig. Um ehrlich zu sein, es wäre mir noch nie aufgefallen, dass irgendwo ein ökologischer Fußabdruck wäre. Wichtig wäre es mir aber schon.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ja, ich denke schon. Vielleicht gehe ich von mir aus, aber ich denke generell eigentlich ja, da schauen die Leute schon drauf.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das sind wahrscheinlich wenige. Das Fairtrade, wenn das ein Gütezeichen ist. Dann dieses AMA-Gütesiegel. Was gibt’s noch? Fällt mir noch eins ein? Ich fürchte nicht. Ja!Natürlich… ist eine Marke soweit ich weiß. Das BioBio vom Zielpunkt. Ich weiß nicht, ob dieses „Bergbauern-Dings“ beim Käse vom Hofer auch ein Gütezeichen ist.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Fairtrade auf jeden Fall. BioBio vom Zielpunkt eigentlich auch, da ich davon ausgehe, dass es von biologischem Anbau ist.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfs hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja natürlich, weil ich mich ganz anders darauf vorbereite. Das fängt schon damit an, dass ich mich frage, ob ich es wirklich brauche. Ich überlege mir, ob es nicht Alternativen gibt, die weniger bis gar nichts kosten. Normalerweise informiere ich mich sehr gut übers Internet. Eventuell bei Freunden, Verwandten, Bekannten, eventuell sogar in einem Geschäft.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Üblicherweise möchte ich es so rasch wie möglich hinter mich bringen. Vielleicht stelle ich vorher noch ein paar Fragen, aber ich will das Ding nehmen und gehen können, eigentlich.

Sie sieht das konkret beim Gewandkauf aus?

Bei Gewand bereite ich mich nicht vor. Ich habe jetzt seit Jahre wieder ein Hemd und eine Hose gekauft, weil ich es als nötig empfunden habe. Ich bin ins Geschäft reingegangen mit der Absicht „ich kaufe mir ein Hemd und eine Hose“ und einen Pulli habe ich mir noch dazu gekauft. Hemd und Hose waren eingeplant, sonst wäre ich gar nicht ins Geschäft reingegangen. Aufs „Umschauen“ habe ich da keine Lust, dazu wäre mir die Zeit viel zu schade.

Nehmen wir nun zum Vergleich den Einkauf von Elektronikprodukten her.

Da ist es eher so: ich gehe ins Geschäft mit Kaufabsicht oder mit der Absicht, mich zu informieren. Da bleibe ich aber tendenziell eher noch länger da und schaue mich noch ein wenig weiter um. Nicht großartig lange, aber ich schaue im Vorübergehen, ob es etwas Interessantes gibt. Tendenziell bin ich eher der „Rein-Raus“-Typ (lacht).

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	3
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	4
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	4
Garantiedauer	1
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

Wichtige Anmerkungen: Ich kaufe das Ding nicht vorrangig wegen der Marke, sondern wegen den Erfahrungsberichten. Ich kaufe nichts, was ich nicht bedienen kann und im Prinzip kann man eh alles bedienen. Für mich also eher weniger wichtig. Es kann ruhig ein wenig komplizierter sein.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Ich überlege gerade, wann ich das letzte Mal etwas Größeres gekauft habe. Das letzte, an das ich mich noch halbwegs erinnere, war mein Handy auf eBay.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Im Prinzip hauptsächlich im Internet. In diversen Foren und auf Wikipedia. Mein Handy hat auch einen Wikipedia Eintrag (lacht). Ich habe es auch übers Internet gekauft, zugegebenermaßen. Auf eBay eben.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja, übers Internet.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Hauptsächlich ging es mir darum, ein Handy mit WLan zu haben. Mein Kaufmotiv war auch eine gewisse Zukunftsangst. Ich hatte das Gefühl, dass jetzt alles nur noch mit Android, Windows Mobile, IPhone usw. herauskommt und ich keinem von den dreien wirklich vertraue. Das alte Handy hat noch funktioniert. Das neue Handy hat WLan und ich habe es günstig bekommen über eBay.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein, es war ja kein neues Produkt. Wenn mir irgendwer was schenkt und das Risiko tragen muss, wäre es auch nicht lustig.

Können Sie nochmal zusammenfassen, welche Kriterien ausschlaggebend für den Kauf waren?

Der Auswahlprozess war hier sehr wichtig, weil ich spezifische Funktionen haben wollte. Ich mache einen Kriterienkatalog und schaue, welche Produkte da am besten passen. Der Preis war mir wichtig, ich wollte nicht übertrieben viel dafür ausgeben. Ich wusste ja „ich brauche kein neues Handy“, es ist halt ein Luxusartikel, den ich mir leisten wollte.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Ein halber Tag höchstens. Ich kann’s nicht mehr hundertprozentig sagen, aber es war noch am selben Tag.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Puh, da würde ich sagen, mindestens eine bis zwei Wochen, wenn nicht sogar ein Monat. Ich musste mal herausfinden, welche Produkte sich mir da überhaupt anbieten und habe dann irgendwann zugeschlagen. „Auf Risiko gespielt“, wenn man so will.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Das einzige Problem war halt… es hat an sich alles sehr tadellos funktioniert… das einzige Problem war eine von diesen Funktionen. Ich wollte ja das WLan auch deswegen, um Voice-Over-IP nutzen zu können. Da musste ich dann eine neue Firmware drauf spielen. Eine Art Softwareupdate. Aber das war eher eine Kleinigkeit, für die ich schnell eine Lösung gefunden habe.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Erst im Nachhinein einmal, weil ich eine spezielle Sache gesucht habe. Aber nicht bei der Inbetriebnahme, da war mir schon relativ klar, wie das Ding funktioniert.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Die Betriebsanleitung war entweder falsch oder veraltet. Sie war ganz klar für mein Modell, aber da war ein Menüeintrag, den es bei mir einfach nicht gab, oder gibt, sagen wir es mal so. Das hat mir dann nicht geholfen, bei meinem spezifischen Problem. Von dem her war es für mich eher mühsam. Die Anleitungen sollten akkurater und auf dem letzten Stand des Gerätes sein. Was bringt es mir, wenn ich nachschaue und genau diese Sachen stehen nicht drinnen. Sonst war sie, glaube ich, ok.

3. Beschaffungen per Internet

Sie haben also schon Einkäufe über das Internet abgewickelt. Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Tendenziell bestelle ich ganz gerne übers Internet. Ich bin selten beschissen worden, außer vielleicht einmal bei eBay und dass, obwohl ich öfters vorauszahle. Ich habe mittlerweile Paypal auch schon benutzt, obwohl ich mich lange dagegen gewehrt habe. Ich bestelle sogar meine Pizzen übers Internet (lacht).

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Ja, einmal habe ich vorausgezahlt und das Produkt nie gesehen. Zum Glück war es nur eine DVD und nicht sehr teuer. Insgesamt bin ich da ja eher zurückhaltend. Die Person muss sehr vertrauenswürdig sein oder die Beträge müssen klein sein. Große Sachen habe ich noch nicht sehr viele im Internet gekauft.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Es geht schnell, unkompliziert, es ist gut dokumentiert. Ich muss mich nicht aus dem Haus bewegen. Man bekommt eine Bestellbestätigung, was ganz nützlich sein kann. Das wären so die Vorteile. Ein Nachteil ist – falls man das als Nachteil sehen will – es muss halt ein gewisses Vertrauen geben oder darf einen bestimmten Betrag nicht überschreiten. Es kann trotzdem schneller gehen, wenn ich ins Geschäft gehe. Wenn ich zB einen USB Stick jetzt gleich brauche, dann geht es schneller, den im Geschäft zu kaufen, als ihn sich schicken zu lassen, was ja mindestens einen Tag dauern würde, bis der zugestellt wird. Eventuell noch die Versandkosten, falls die nicht wegfallen.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Tendenziell würde ich sagen… eher unzufrieden. Man hat schon das Gefühl, dass man oft hört „die Sachen gehen schnell kaputt“ usw. Ich persönlich bin überzeugt von Sollbruchstellen. Produkte werden oft so gebaut, dass sie nach einer bestimmten Zeit kaputt gehen.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Zu niedrig, in diesem Fall.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	5	7
Bekleidung	4	10
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	100
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	4	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	7	15
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	20
Computer	6	12
Mobiltelefone	2	10
Pkw	15	50

Wichtige Anmerkungen: Ich kaufe immer Billigsdorfer-Schuhe und gehe davon aus, dass sie eigentlich mindestens zwei bis drei Jahre halten. Bei normalen Schuhen schon etwa fünf. Ich bin ein sehr sparsamer Typ und weiß nicht, wie andere das machen. Ich denke, ich habe meine Sachen schon seit Ewigkeiten. Ein Computer hält – ohne Ersatzteile auszutauschen – gut sechs Jahre. Garantiezeit ist zwei Jahre *(Anmerkung: betrifft Mobiltelefone).* Danach sind die Geräte – bei mir zumindest – schon ziemlich abgefuckt. Pkw… weiß ich doch nicht, keine Ahnung, ich würde schätzen… 15 Jahre.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Die Waschmaschine zB, die ist super. Verbraucht wahrscheinlich viel zu viel Strom für heutige Maßstäbe, aber die hat wirklich lange gehalten. Ich habe keine Ahnung, was das für eine Marke ist. Meine Mutter hatte diese Waschmaschine schon vor mir. Ich würde schätzen, die muss mindestens schon 15 Jahre alt sein.

Können Sie mir auch ein Produkt nennen bei welchem Sie mit der Lebensdauer vollkommen unzufrieden waren?

Da gibt es sicher einige, die Frage ist nur, womit ich anfange. Ich habe mir mal einen Haarschneider gekauft. Ich bilde mir ein, der hat ziemlich genau zwei Jahre und ein Monat gehalten. Ich kann Ihnen die Marke nicht sagen, weil es ein Billigsdorfer war, zugegebenermaßen. Was mir noch einfällt ist der Herd, da rosten die Herdplatten ständig ein. Was fast noch schlimmer ist, ist natürlich die Therme.

Das ist eine Saunier Duval Therme. Nicht sehr empfehlenswert. Ständig funktioniert irgendwas nicht. Mal ist es dies, mal ist es das. Ahja, da fällt mir noch etwas ein. Mein Billigsdorfer-Laptop, der ist genau nach zwei Jahren eingegangen. Ohne Vorwarnung. Es war ein Gericom Phantom.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder eher nicht?

Das finde ich eine sehr, sehr gute Idee. Ich fürchte aber, dass es sich nicht durchsetzen wird. Ich halte es für notwendig, um die Not zu wenden.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Ich glaube, es ist nicht im Interesse der Firmen. Leider. Deswegen glaube ich, dass es nicht funktioniert. Oder nur bei Firmen, die sich damit profilieren und eine gewisse Nische erobern möchten. Im Endeffekt kann es ja auch ein Kaufargument sein.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Da würde ich sagen, das sind rechtliche Rahmenbedingungen, die den Konsumenten vor Übervorteilung durch den Verkäufer schützen. Es schließt eigentlich alles vom Preis, über die AGBs mit dem ganzen Kleingedruckten, bis zur Garantie mit ein. Oder moralisch zweifelhafte Klauseln. Zum Beispiel diese Servicepauschale beim Internet ist eine absolute Frechheit. Vor zwei Jahren stand diese Servicepauschale nicht im Kleingedruckten und dann haben sie diese auf bestehende Verträge hinzu geschlagen.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Gute Frage. Irgendwo gibt es eine Konsumentenschutzbehörde. Das einzig, das mir einfällt, wo man wirklich Informationen findet, ist die Arbeiterkammer eigentlich. Ansonsten muss man halt im Internet rumgoogeln. Es gibt ja oft Leidensgenossen.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Im Prinzip in allen Bereichen. Man will nirgendwo betrogen und benachteiligt werden eigentlich. Das ist bei Lebensmitteln genauso wichtig wie bei Fernsehern.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ .

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	2
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	2
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Wenn ich in die Lage komme, dann möchte ich auch geschützt werden. Da wird viel Schindluder getrieben *(Anmerkung: betrifft Haustürgeschäfte).*

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Ich habe im Internet geschaut, wenn ich etwas gebraucht habe. Zum Beispiel auf der AK Website, ich weiß aber nicht mehr zu welchem Thema. Sonst versuche ich die AGBs zu lesen, wenn ich wirklich Zweifel habe.

Sie haben sich auf der AK Website informiert, welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht? Hat Ihnen das weiter geholfen?

Da bin ich fündig geworden, sonst hätte ich mir das wahrscheinlich gar nicht gemerkt.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Tendenziell bin ich bewandert. Ich bin kein Profi, aber im Großen und Ganzen weiß ich was möglich ist und was nicht möglich ist.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

In welcher Stufe jetzt? Spätestens in der Unterstufe wird es interessant. Für Volksschüler vielleicht nicht so extrem. Das geht noch über ihren Horizont hinaus. Ich fand das zB in der HAK sehr praktisch, dass man da etwas mitbekommen hat. Es hat mir schon geholfen, da ein paar Informationen zu haben.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Ich bin kein großer Freund der Werbung, grundsätzlich eigentlich. Im Internet benutze ich Werbeblocker. Fernsehen tue ich eigentlich nicht. Radiohören auch nicht, also praktisch gar nicht. Von dem her versuche ich den Kontakt zu meiden, wenn man so will. Beim Postkasten habe ich ein „Keine Werbung“-Pickerl draufgeklebt. Es kann interessant sein, aber ich halte es für eine enorme Ressourcenverschwendung. Man weiß ja auch, dass der Verkaufspreis auch die Werbekosten beinhaltet. Da will ich auch nicht unbedingt dafür mit zahlen müssen.

Und wie stehen Sie zur Plakatwerbung?

Es stört mich nicht wirklich, es fällt mir manchmal sogar auf. Aber wenn’s nicht sehr billig oder geschmackslos ist, dann kann ich damit eigentlich leben.

Fühlen Sie sich von Werbung teilweise informiert?

Es kann informativ sein. Bevor ich mein Pickerl auf dem Briefkasten getan habe, fand ich es eigentlich ganz nett. Seit ich es nicht mehr habe, vermisse ich eigentlich auch nicht. Wenn man wirklich etwas braucht und etwas möchte, gibt es genug Möglichkeiten, sich zu informieren. Ich meide Werbung, wo es geht, in Wirklichkeit. Ich brauche das nicht, dass man ständig versucht, mir irgendwelche Wünsche aufzuoktroyieren.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Durchaus. Natürlich, ja. Ich halte mich auch selbst nicht für davor gefeit. Es kann schon vorkommen, dass mir genau das Produkt in den nächsten Tagen im Geschäft viel mehr auffällt und ich an die Werbung denke.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

So ad hoc… lassen Sie mich überlegen. Wie gesagt: Ich bilde mir ein, ich habe einen Schokoriegel gekauft, wegen der Werbung. Bei anderen… ja doch, das war vielleicht nicht sehr kürzlich, aber diesen 5Gum Kaugummi, da war meine Schwester so von der Werbung angetan und hat den gekauft und war dann auch ganz begeistert davon.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil sie extrem plakativ ist und auf die niedrigsten Instinkte anspricht. Sei es Sex oder generell irgendeine Neugier. Sei es mit Optik und Musik oder irgend sowas.

Wer ist da empfänglicher als andere?

Aus meiner Sicht ganz klar kleine Kinder. Das ist ja erschreckend, wenn man sich dieses Kinderfernsehen ansieht, besonders in den Privatkanälen. Alles ist extrem laut, bunt, offensiv auf „kauf, kauf“ und „du musst es haben“. Die müssen das dann unbedingt haben und können da wenig reflektieren. Tendenziell ist aber jeder ein kleines Opfer.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja. Erst mal räumlich gedacht: mein Nachbar. Kommt auch ein bisschen darauf an, worum es geht. Je nach Situation: Familie und dann Freunde. Sonstige Bekannte weiß ich nicht, mit der Kategorie „Bekannte“ kann ich nicht so viel anfangen. Tendenziell könnte ich mich auch an die wenden.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Sehr selten eigentlich. Da mangelt es meistens an der Notwendigkeit.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Auf Vertrauenswürdigkeit, wie man das jetzt auch immer definieren will. Vielleicht auf einen anständigen Umgang miteinander, oder so. Da kann ich jetzt sonst nichts weiter dazu sagen eigentlich.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Vielleicht gibt es schon eine zunehmende Kommerzialisierung, wenn man so will. Dass die Leute mehr versuchen zu scheinen als zu sein, sozusagen. Von meinem Umfeld könnte ich das nicht so direkt ummünzen. Tendenziell ist das wahrscheinlich schon der Fall.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Tendenziell fehlt denen eher was, glaube ich. Die wollen doch immer ein bisschen mehr, als sie haben, oder haben können.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ja. Eine gewisse Existenzsicherheit geht mir ab, wenn ich das mal so sagen darf. Ich brauche nicht so viel einkaufen und konsumieren. Aber Lebensmittel und Miete zahlen, das wäre schon ganz anständig. Das ist das Elementare. Ob man Luxussachen wirklich braucht, darüber kann man streiten. Es ist ein Witz, die ganzen Elektronikartikel und so werden immer billiger, die kann sich mittlerweile jeder leisten, aber die Basiskosten steigen kontinuierlich. Das sind ja meistens Fixkosten.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Reisen wäre ein extrem guter Punkt. Das liegt momentan außerhalb meiner finanziellen Möglichkeiten. Um aus dem Alltag raus zu kommen und neue Dinge zu erleben. Um mich geistig und kulturell bereichern zu können (lacht). Um andere Menschen kennenzulernen… zu schauen, wie es denen so geht. Der einzige greifbare Wunsch sozusagen, wo ich momentan am Überlegen bin, wäre ein kleiner Internet-Server für meinen PC. Der wäre fast leistbar, aber den muss man sich halt leisten wollen.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Ja. Es ist jemand, der hat schon lange keinen Job, fühlt sich aber gemüßigt einen neuen PC zu kaufen und einen FullHD Bildschirm… sagen wir Luxusartikel und kann sich im nächsten Monat nicht die Miete leisten oder leiht sich Geld aus für unnötigen Mist. Ich glaube, der versucht halt sich irgendwie… dem geht es generell nicht so gut und versucht sich das miese Dasein zu verschönern, damit er wenigstens irgendwas hat. Wenn man lange Zeit praktisch gar nichts hat, dann hat man schon den Wunsch, dass man sich etwas gönnen möchte.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Ich versuche mir alles anzuschauen was ein Gerät kann und probiere alles aus. Da versuche ich alle Funktionen zu ergründen und wenn möglich auch einzusetzen.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Muss ich überlegen. Zwölf Monate ist ja doch ein längerer Zeitraum. Tendenziell glaube ich… nein. Ich glaube nicht, dass es da was gab.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Wie gesagt: Datenschutz ist schon genannt worden, aber das ist durchaus ein aktuelles und wichtiges Thema. Insbesondere wenn man sich anschaut… Die Firmen sichern die Daten sehr schlecht und geben sich nicht mal Mühe, die Daten gescheit zu verschlüsseln. Das wäre das eine. Manchmal wundert man sich, zB bei der Servicepauschale, dass sowas überhaupt durchgeht. Da fragt man sich, ob sowas sein darf. Vielleicht könnte man hier ein bisschen mehr Informationen in die Öffentlichkeit hineintragen. Dass man allgemein die Leute mehr über Rechte und Konsumentenschutz aufklärt. Die Frage ist wer und wie. Einfach zu wissen, was ich darf und was ich nicht darf, das würde schon fast reichen. Damit man sich nicht fürchten muss, wenn man wirklich ein Problem hat. Auf der anderen Seite, dass du mit gewissen grundsätzlichen Informationen ausgestattet bist. Was sein darf und was nicht sein darf.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	1
Verkehrsanbindung	1
Lärm	3

Wichtige Anmerkungen: Straßenlärm habe ich keinen, aber dafür zwei Baustellen und das ist wirklich heavy.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

7 Jahre sind es.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Nicht wenn ich nicht muss, aber mein Mietvertrag ist befristet. Am liebsten würde ich noch eine Zeit lang hier bleiben.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Ich habe mehr als genug hier, alles wunderbar. Höchstens einen Asia-Shop für Ginger Bier. Hier schließt sich der Kreis.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Was mir zuerst in den Kopf springt ist „Euro-Teuro“. Man hat das Gefühl, dass die meisten Dinge 1:10 auf den Euro umgerechnet wurden. Also ich meine, dass bei der Umstellung sehr stark aufgerundet wurde, obwohl genau das nicht hätte sein dürfen. Man hat das Gefühl für den Wert des Geldes verloren. Viele rechnen noch in Schilling um. Ich kann das schwer beurteilen, weil ich davor weniger einkaufen musste. Vom Angebot her wäre mir nichts Besonderes aufgefallen, wenn ich ehrlich bin. Rechtlich gab’s ein paar Vorteile. Da fällt mir auch nichts Konkretes ein momentan.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Vorteile sind auf jeden Fall: wenn man sich in der EU mal einigen könnte, wäre man gemeinsam eine globale Macht. Da hätte dann auch Österreich mehr Einfluss auf einem globalisierten Markt. Österreich kann als kleines Würschtelland mehr Einfluss nehmen aufs große Ganze. Das Grenzen Überschreiten schafft einen Gemeinschaftssinn. Man kann sich als Europäer fühlen mittlerweile und die Nationalitäten sind theoretisch nicht mehr so wichtig. Es gibt immer mehr Gemeinsamkeiten, die sich herausbilden. Grenzen kann man teilweise ohne Pass überschreiten, man fühlt sich nicht mehr so eingesperrt, abgekapselt, wie auch immer. Oder dass man in der EU praktisch überall arbeiten und studieren kann.

Fallen Ihnen spontan noch ein paar Nachteile ein?

Ein riesiger Verwaltungsaufwand und damit einhergehend sicher auch eine Verschwendung von Geldern. Damit auch eine gewisse Unsicherheit bei den Nationalstaaten. Es scheint sehr bürokratisch zu sein und Korruption ist vorherrschend. Man hat das Gefühl, die bauen sehr viel Bürokratie auf und das wird ein wenig undurchsichtig. Die Leute fühlen sich dementsprechend nicht so wohl, wenn in irgendwelchen EU-Gremien und in der Kommission Entscheidungen gefällt werden, wo man das Gefühl hat, die sind nicht so transparent, weil es nicht so sehr an die Menschen herangetragen wird und zu weit weg ist für die Leute.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Ich bin tendenziell doch ein Befürworter der EU. Man könnte vieles schaffen, wenn man sich einigen könnte und wenn die Politiker nicht ihre klassischen Clownerien betreiben würden. Tendenziell bin ich positiv eingestellt, mit leichten Vorbehalten, so wie die Dinge im Moment aussehen. Tendenziell eher optimistisch. Ich halte die EU eher für sinnvoll, sagen wir es mal so. Ich glaube, wenn es kein derartiges Bündnis gibt in Europa, dann – sagen wir es mal ganz aggressiv – sind wir den USA und Asien praktisch ausgeliefert. Die EU ist die Gegenkraft dafür.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Die Verteuerung kommt einem zumindest schon sehr stark so vor. Wenn jetzt etwas um einen Euro teurer wird, dann hätte es damals auch um 13 Schilling teurer werden müssen. Das hätte es damals auch nicht gegeben, eigentlich. Da hätte man sich eher aufgeregt als heute. Das hat vielleicht damit zu tun, dass man den Schilling gewohnt war. Wir alten Leute…. (lacht).

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ich kann sie voneinander unterscheiden, ich kann sie zur Zahlung benutzen. Ich weiß nicht, wo das Problem sein sollte. Die Cent-Münzen haue ich in ein Glas und trage sie dann zur Bank. Ich merke, dass das Geldbörsel manchmal schwer wird, aber das ist eben so, wenn man keinen Ein-Euro-Schein hat. Ich plädiere für den Ein-Euro-Schein (lacht).

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Ja, gelegentlich. Insbesondere wenn ich das Gefühl habe, dass die Preisdifferenz verdächtig ist. Da denke ich mir, das wäre früher nur um ein paar Schilling teurer geworden. Manchmal auch bei größeren Anschaffungen. Nicht aufs Komma genau, aber so Daumen mal Pi. Das ist sozusagen eine Art Orientierungshilfe.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Bei allen Grundbedürfnissen. Wohnung, Nahrung, Energie, Internet. Nein, Internet nicht, das war ein Spaß (lacht).

Glauben Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das eher andere Gründe?

Es hat mittlerweile andere Gründe, würde ich behaupten. Es liegt nicht zwangsläufig am Euro, sagen wir es mal so.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Elektroartikel, würde ich sagen. Mal überlegen. Eventuell Reisen.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Sehr vieles. Angefangen vom gesamten Konsum- und Verbrauchsverhalten. Eben bei Strom, Energie, Wärme, da kann man sehr vieles tun. Fürs Energiesparen spricht eh einiges, zB nicht die ganzen Geräte auf Standby laufen lassen. Teilweise kann man sagen, dass die Leute viel zu hoch heizen und dann nackt herumlaufen im Winter. Das ist eigentlich auch Verschwendung. Oder dass der PC läuft, obwohl man nicht davor sitzt. Man kann auch bewusst einkaufen und sich bewusster ernähren. Saisontypisch einkaufen. Vielleicht Sachen reparieren lassen, statt sie neu zu kaufen. Oft ist es so, dass es günstiger ist, die Dinge neu zu kaufen. Die Leute denken oft gar nicht daran, dass man es auch selbst reparieren kann. Längerfristiger denken bei größeren Anschaffungen. Vielleicht nicht immer nur das Billigste kaufen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ich denke, dass mache ich in relativ hohem Ausmaß. Ich versuche alles so lange zu benutzen, bis es wirklich nicht mehr geht. Dann versuche ich es erst mal zu reparieren. Ich kaufe auch oft und gerne gebrauchte Gegenstände, wenn ich das Gefühl habe, die sind eigentlich noch gut. Man muss nicht immer den neuesten Schrott haben. Ich sehe das nicht nur als Vorteil für die Umwelt, sondern man hat ja auch selbst was davon. Es ist für einen selbst ökonomisch sinnvoller. Teilweise fängt es ja schon bei Recycling an. Ich treffe immer wieder Leute – auch Studenten und sowas – die sich darüber keine Gedanken machen. Da gibt es noch extrem viel Verbesserungspotential.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Ja, ich habe die letzten Jahre auf Fernreisen verzichtet, aber weniger aus Umweltgründen, sondern eher aus finanziellen Gründen oder aus Zeitgründen. Wenn ich reise, dann eher mit dem Zug, wenn das ein Argument ist, sozusagen. Ich komme eh so selten raus, dass ich in diesem Aspekt wenig aktiv verzichten müsste. Wenn ich die Möglichkeit hätte mehr Herumzureisen… schwer zu sagen. Da denke ich, da wirklich zu sparen… da gibt es bessere Möglichkeiten, ohne viel Aufwand zu sparen.

Ich habe bisher nie ein Auto besessen, aber wenn ich eines kaufen würde, dann doch am liebsten ein Elektroauto. Das war immer schon so ein geheimer Wunsch. SUVs und diesen ganzen Mist brauche ich sowieso nicht.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Kann ich mir in der Stadt sehr gut vorstellen. Mache ich ja auch (lacht). Ich kann sogar noch einen drauf legen: Selbst wenn ich es mir leisten könnte, würde ich es nicht machen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Im Prinzip könnte man sagen, alle möglichen Arten von Sport, aber so wirklich oft mache ich das nicht, dass man da von einem Hobby sprechen könnte. Am ehesten noch Basketball spielen, Rad fahren und solche Sachen. So wirklich zeitintensive Hobbys habe ich im Grunde nicht. Lesen vielleicht. Wobei, das belastet die Umwelt ja fast schon. Ich bin ein Freund des E-Papers.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Jein… was soll ich dazu sagen, ich kann das nicht so genau sagen. Ich weiß nur, dass unser Altpapiercontainer häufig genutzt wird. Sonst sehe ich das selten. Ich sehe nicht viele Ökoboxen, außer die meine und noch eine zweite. Vom sozialen Umfeld weiß ich, dass die da eher trennen. Die Familie und Freunde teilweise auch. Ansonsten kriege ich da nicht viel mit. Bei uns im Hof gibt es einen Restmüll und einen Altpapiercontainer. Für alles Andere muss man raus gehen, ein paar Straßen weiter.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 8

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	30
Geschlecht	M
Beruf	Kulturmanager
Haushaltsgröße	2
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 1.000 und € 2.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	AHS, BHS mit Matura

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich denke immer daran, wie viel Zeit ich darin eigentlich vertrödle. Wir haben zwar eine Liste, nach der wir einkaufen gehen, aber mit dieser Liste gehen wir zu den billigen Supermärkten. Der nächstgelegene Supermarkt ist etwas teurer, aber da gehen wir hin, wenn es schnell gehen muss.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Da denke ich daran, was ich brauche und was wir daheim haben. Einen Großeinkauf gibt’s bei uns jeden Samstag und kleinere Einkäufe so ca. drei- bis viermal in der Woche.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Da gibt es jetzt eigentlich nicht wirklich etwas Positives dabei, wenn ich denke, dass ich einkaufen gehen muss. Es ist eher das Negative wo ich eben sage: "bäh, wir müssen jetzt einkaufen gehen". Es nervt mich halt, dass ich außer Haus gehen muss. Manchmal mag es vielleicht eine Abwechslung sein, aber generell mag ich es eher nicht. Es gibt da etwas, dass mich extrem nervt beim Einkaufen, nämlich das Piepsen bei der Diebstahlsicherung, wenn die Mitarbeiter zur Kassa gehen, oder von dort weg gehen.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Allgemein bin ich sehr zufrieden mit dem Warenangebot.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Wenn man die Großmärkte her nimmt, da ist vom Warenangebot her alles ziemlich gleich. Dort vergleicht man halt die Preise. Optimal ist es, wenn man einen kleinen Biolebensmittelladen in der Nähe hat, der rundet das Angebot ab. Ich hätte gesagt, so an und für sich gibt es Auswahl zu genüge.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Bei Obst und Gemüse aus Österreich wäre es schon angenehm, wenn es ein bisschen mehr Auswahl geben würde. Ich glaube zB, dass man bei Tiernahrung nicht so viel Auswahl braucht. Das wären zumindest mal die Auffälligsten. Ansonsten passt das eh.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Doch, ich fühle mich zumeist überfordert, aber eher wegen dem Preis. Es gibt so viele Angebote zum gleichen Produkt, aber der Preis variiert. Es ist manchmal eine echte Herausforderung, bei so viel Angebot pro Produktart in der Schnelle einen Preisvergleich durchzuführen. Am Ende hat man das unbefriedigende Gefühl, dass man mehr Geld hätte sparen können, wenn man sich mehr Zeit zum Vergleichen genommen hätte.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Nein, eigentlich finde ich, dass das bei uns relativ gut angegeben ist. Das, was für mich wichtig ist, das steht drauf. Ich könnte mich nicht erinnern, dass mir je etwas gefehlt hätte.

Kommt es denn nicht manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

In meinem Falle nicht.

Hätten Sie diesbezüglich vielleicht trotzdem irgendwelche Wünsche für die Zukunft?

Ne. Mir ist das jetzt nicht so übertrieben wichtig, also fällt mir auch nichts ein, was ich mir da groß wünschen könnte.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	2
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	4
Herkunftsland	3
Hersteller/Produzent	5
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Man ist ja eh zu faul, sich das alles genauer durchzulesen *(Anmerkung: betrifft Inhaltsstoffe).* Wer es herstellt, das ist mir eigentlich egal. Es ist mir aber nicht ganz egal, aus welchem Land das Produkt kommt.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ja. Da hat es eine Veränderung gegeben, oder besser gesagt: ein „Umdenken“, glaube ich. Ich glaube, dass da viel mehr geschaut wird als früher. So vom Gespür her… denke ich mal.

Können Sie mir spontan ein paar Gütezeichen aufzählen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Ist das AMA-Gütezeichen... ja, also das AMA würde mir einfallen. Ist das vom Billa, also das Ja!Natürlich, ein Gütezeichen? Dann das Natur*pur vom Spar, käme mir noch in den Sinn. Ich glaube, da gibt es noch jede Menge, die müssten einem halt in dem Moment einfallen.

Sind Ihnen davon welche persönlich wichtig?

Nein, ich schaue da nicht drauf.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Sicher. Es ist ein höherer Geldbetrag, den ich ausgebe, deswegen beschäftige ich mich damit umso mehr. Ich mache mir darüber Gedanken, wo ich es kaufe und wie viel ich dafür ausgeben möchte. Da wird meistens zuerst im Internet recherchiert und verglichen. Sowas mache ich beim Supermarkteinkauf ja nicht.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Eher so rasch wie möglich hinter mich bringen, aber die Beschäftigung davor ist höher. Vielleicht kein Erlebnis, aber es ist spannender, als normal zum Supermarkt zu gehen.

Wie sieht das bei der Bekleidung aus?

Ich brauche mich nicht mit Bekleidung beschäftigen. Da meine Mutter in einem Bekleidungsgeschäft arbeitet, bekomme ich die Bekleidung zugeschickt. Ich gehe in Bekleidungsläden gar nicht hinein, außer, wenn ich meine Freundin begleite, aber für mich selbst schaue ich nicht nach Bekleidung.

Und im Falle von Elektronikprodukten?

Bei Elektronikprodukten beschäftige ich mich vorher daheim und gehe dann in das Geschäft. Wenn ich nichts brauche, dann gehe ich auch nicht in solche Geschäfte.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	3
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	3
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	3
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

Wichtige Anmerkungen: Das Preis/Leistungsverhältnis ist insbesondere wichtig.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Meine größere Anschaffung, die ich mir zuletzt gekauft habe war... die Waschmaschine.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Prospekte, Internet, solche Sachen. Das Preis/Leistungsverhältnis habe ich verglichen. Ein wenig mit meiner Freundin beraten, da sich die da ein bisschen mehr auskennt als ich. Beim Händler selbst nicht, aber im Internet habe ich Onlinebeurteilungen zur Ware gelesen.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Jop, sehr umfassend sogar.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil meine vorige Waschmaschine eingegangen ist.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein. Es war keine Option für uns. Es war ein Angebot und wir haben schnell zuschlagen müssen.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Das Preis/Leistungsverhältnis und weil es gerade im Angebot war. Wir haben unser Budget berücksichtigt.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Das waren eigentlich nur ein paar Stunden. Nachdem sie uns eingegangen ist, haben wir uns schnell nach einer anderen umgeschaut. Das hat nur wenige Stunden gedauert, wenn ich mich recht erinnere.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Da es bei einer Waschmaschine sehr schnell gehen musste, hat es gerade mal zwei Tage gedauert.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Nein, da waren Techniker da. Die Benutzung war dann kein Problem. Von der Bedienung her gab es keine nennenswerten Unterschiede zur alten Maschine.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja schon. Also eher überflogen. Richtig gelesen nicht gerade.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Sie hätte ein wenig ausführlicher sein können. Ich bin schon klar gekommen, aber es hätte ruhig ausführlicher beschrieben werden können.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja, des Öfteren schon.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Ich benutze hauptsächlich das Internet für Bestellungen. Wenn ich mir etwas kaufe, dann meistens über das Internet. Angefangen von Büchern, über technische Geräte, bis hin zu gebrauchten Sachen aller Art. So einmal alle zwei Monate kommt so etwas vor.

Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Gute Erfahrungen habe ich bis dato gemacht. Ich finde es sehr, sehr praktisch.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Spam immer wieder. Ich finde es nicht unangenehm, dass ich Spam kriege. Also dass ich mich belästigt fühlen würde, das nicht. In Fallen oder so bin ich noch nicht getappt.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Vorteil bei Onlinebestellungen… man braucht nicht außer Haus gehen, der Transport wird gleich mit erledigt. Preislich ist es oft billiger, wenn man sich die Dinge aus dem Internet heraussucht. Die Nachteile sind, dass du dir nicht live die Geräte anschauen kannst. Beim Händler kannst du es vorher begutachten.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Allgemein kann man das schwer beantworten. Wenn ich mich festlegen muss, dann hätte ich gemeint, die wären eher zufrieden.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Ich glaube, dass die das recht positiv einschätzen. Meine Familie ist da recht gutgläubig und sagt da "ja das ist gut", aber es kommt wahrscheinlich auch auf die Ware drauf an. Bei meiner Freundin bin ich mir da eher unsicher, weil sie negative Erfahrungen mit Laptops gemacht hat und da eher vorsichtig geworden ist mit ihren Erwartungen.

Wie beurteilen Sie persönlich die Haltbarkeit von Produkten?

Doch recht gut. Bei den Produkten, die ich bisher hatte, gibt’s nichts zu beanstanden.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	1	3
Bekleidung	3	5
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	8	10
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	3	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	15	25
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	20
Computer	8	15
Mobiltelefone	2	5
Pkw	10	20

Wichtige Anmerkungen: Der PC könnte schon 15 Jahre halten, aber dann interessiert er keinen mehr. Selbiges gilt dann freilich auch für Fernseher. Mobiltelefone eh auch genauso. Die würden prinzipiell lange halten, aber wer will sie bis zum bitteren Ende verwenden?

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Der Fernseher im Wohnzimmer. Das ist ein Schneider, den habe ich seit 6 Jahren. Den habe ich von meinem Onkel geschenkt bekommen und der hatte ihn davor schon 5 Jahre in Gebrauch.

Haben Sie auch ein Negativbeispiel?

Eigentlich der Staubsauger. Der hat vielleicht ein gutes halbes Jahr gehalten. An die Marke kann ich mich beim besten Willen nicht mehr erinnern.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ich glaube, dass es nicht möglich ist, die leichter zu reparieren. Gerade bei größeren Anschaffungen wird es zu technisch und kompliziert. Praktisch wäre es auf jeden Fall, aber das wird eben nicht möglich sein.

Können Sie es sich nicht vorstellen, dass die Produkte künftig reparaturfreundlicher werden?

Eben nicht.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Also… die sollten Konsumenten schützen... also ich würde den Konsumentenschutz anrufen, wenn ich bei irgendwelchen Geschäften im Internet reinfallen würde. Da würde ich darauf hoffen, dass mir der Konsumentenschutz hilft.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

An den Konsumentenschutz unten in der Meidlinger Hauptstraße. Im Internet würde ich mich erkundigen, wo man da an rufen kann.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Internetbestellungen, da finde ich es schon sehr wichtig, dass es da sowas gibt. Wenn bei größeren Anschaffungen etwas passiert, da ist es schon praktisch, wenn die einen da unterstützen.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	4
Medikamente und medizinische Behandlung	4
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	3
Haustürgeschäfte	3
Wohnung und Grundstücke	2
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	2
Datenschutz allgemein	4

Wichtige Anmerkungen: Bei Lebensmitteln habe ich noch nie Hilfe benötigt. Bei Arzneiprodukten ziehe ich es ebenfalls nicht so schnell in Betracht, mich an den Konsumentenschutz zu wenden *(Anmerkung: Person zieht gegebenenfalls nicht in Betracht, dass Konsumentenschutz unter anderem auch Warenkontrolle, Produkttests usw. umfasst)*. Ich würde nie Haustürgeschäfte machen. Wenn aber was wäre und ich – oder jemand, den ich kenne – würde einfahren, dann würde ich schon auf den Konsumentenschutz zählen.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Im Internet habe ich mir was durchgelesen, um einem Cousin zu helfen, der in eine Internetfalle hineingefallen ist. Da habe ich diverse Foren abgeklappert. Dort habe ich nützliche Infos gefunden und an meinen Cousin weitergeleitet.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nein, man kann es sicher besser wissen.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ich glaube schon. Das kann kein Fehler sein, wenn die das wissen. Überhaupt heutzutage. Die Welt wird immer komplexer und tückischer. In welchem Alter die das lernen sollten, damit müssen sich die Experten befassen, da bin ich komplett überfragt. Da könnte ich bestenfalls raten, mehr nicht.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Ich mache mich meistens eher lustig darüber, wenn ich ehrlich bin. Es ist sicher nicht schlecht, wenn man Informationen über neue Sachen bekommt, aber es ist übertrieben.

Was konkret empfinden Sie als übertrieben?

Also die Werbung per se, wie es gemacht wird. Das Niveau im Allgemeinen ist sehr niedrig. Hauptsächlich gibt es schlechte Werbung. Es gibt auch sehr gute Werbung, die unterhaltsam ist oder zum Nachdenken anregt .Werbung kann durchaus Unterhaltungswert haben.

Fühlen Sie sich eher belästigt oder informiert?

Anfangs habe ich mich eher belästigt gefühlt. Informiert fühle ich mich nicht wirklich, aber auch nicht mehr belästigt. Ich habe mich damit abgefunden. Werbung gehört einfach zum Alltag dazu. Am lästigsten sind Werbungen während Liveübertragungen im Fernsehen. Bei Sportevents usw. Briefkastenreklame ist sicher zum Teil wichtig, aber es ist schon übertrieben. Es ist viel dabei, das mich nicht interessiert. Die ganzen Pizzawerbungen sind sehr lästig. Man schmeißt das eh gleich weg.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Oh, ich glaube schon.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Wenn man Lebensmittel in der Werbung sieht und kurz darauf Pläne macht, was man Essen möchte. Wenn ich also was in einem Prospekt oder im Fernsehen sehe, dann ist es gut möglich, dass das dann auch auf der Einkaufsliste landet.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Man hat dann auf einmal ein Bedürfnis, sich etwas zu kaufen. Obwohl man dieses Bedürfnis vorher nicht hatte. Werbung weckt Bedürfnisse. Ich glaube, dass Jugendliche und Kinder mehr empfänglich sind.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Stark.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Nachbarn fallen flach, weil das eher Ältere sind. Freunde... ja sicher, wenn die technisch versierter sind, dann bestimmt. Familie habe ich keine da.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Beim Einkaufen sehr selten bis gar nicht. Wenn’s bei technischen Dingen was gibt, dann ziehe ich die immer zurate. Das kommt aber auch nur alle paar Monate mal vor.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Ich glaube, dass Hilfsbereitschaft schon ein Kriterium ist. Freundlichkeit. Woher jemand kommt. Ob er eine Familie hat oder nicht. Prinzipiell, wie sich die Person gibt. Wie sie situationsbedingt handelt.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Herkunft und solche Sachen... ich glaube, dass das so ziemlich gleich wichtig geblieben ist. Alter und Geschlecht waren früher wichtiger. Früher haben sie, glaube ich, genauso geschaut, wie die Person so per se handelt, ob es die gleichen Interessen gibt usw.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich glaube, im Großen und Ganzen geht denen etwas ab. Nämlich Geld. Wenn ich so an die Freunde und die Familie denke, dann glaube ich, dass sie mit ihrem Einkommen unzufrieden sind und gerne mehr verdienen würden.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Mir geht an und für sich nichts Konkretes ab, aber ein bisschen mehr Geld wäre sicher nicht schlecht. Man passt sich letztendlich an seine Situation an.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ein Beamer zum Filmschauen, den kann ich mir zurzeit nicht leisten. Eines Tages möchte ich mir aber einen zulegen. Das ist halt seit längerem schon so ein geheimer Wunsch von mir.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Ich überlege gerade... die haben sich alle relativ unter Kontrolle, das passt schon.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Zusatzfunktionen, glaube ich, dass die immer wichtiger werden. Dadurch unterscheiden sich die Geräte voneinander. Ich versuche sie zu nutzen, schließlich hat man ja auch dafür bezahlt.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Ja, über die Wiener Linien.

Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde? Wurde eine Lösung gefunden?

Der Anlass war, dass ich mir ein Ticket kaufen wollte und nicht genügend Geld dabei hatte. Ich wollte mir um 1,80 ein Ticket in der Trafik kaufen, aber die Trafik hatte keine mehr und deshalb wollte ich mir in der Straßenbahn ein Ticket kaufen, hatte aber nicht genug Geld mit, da in der Straßenbahn das Ticket 2,20 kostet. Ich sehe nicht ein, weshalb ich um 40 Cent mehr zahlen muss, nur weil der Trafik die Tickets ausgingen. Daheim habe ich eine Email an die Wiener Linien geschickt. Ich habe nur so eine Standardemail bekommen, dass sie sich darum kümmern werden und weiter kam nichts zurück.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Was problematisch ist, sind die Handytarife, die für Konsumenten immer undurchsichtiger werden. Ich würde mir eine Richtlinie wünschen, die zu offenerer und genauerer Information führt, damit der Standardkonsument da den Durchblick behalten kann.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation?

Sehr zufrieden, da gibt es nichts einzuwenden.

Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	1
Lärm	2

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

8 Monate.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Nein, wir sind gerade erst eingezogen.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein, da bin ich eigentlich sehr zufrieden. Es ist alles ganz in der Nähe oder keine 10 Minuten von hier entfernt. Die Geschäfte lassen sich entweder zu Fuß oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln schnell und bequem erreichen. Auto haben wir keines, aber das brauchen wir eh nicht für unsere Einkäufe.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Ich glaube, dass es sich von der Etikettierung her verbessert hat. Mehr Richtlinien haben zu verbesserter Information geführt. Da haben sich europaweite Standards durchgesetzt. Für die Industrie hat sich bestimmt einiges geändert, aber der Konsument bekommt das nur indirekt mit.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Vorteil ist auf jeden Fall, dass es ein Friedensprojekt ist, das bis dato funktioniert. Und die einheitliche Währung ist insgesamt gesehen auch ein Vorteil. Man muss nicht mehr wechseln, wenn man wohin fährt. Keine Grenzkontrollen... Die Mobilität von Arbeitnehmern und Studenten hat sich verbessert. Global gesehen ist eine gemeinsame, starke Währung für die europäische Wirtschaft sicher vorteilhafter als lauter kleine Nationalwährungen.

Fallen Ihnen noch ein paar Nachteile ein?

Dieser bürokratische Aufwand, den die EU verursacht und die Kosten dazu. Die EU muss sich erst bilden. Auf europäischer Ebene ist es oft noch schwer etwas durchzusetzen, weil jedes Land auf seinen eigenen Vorteil bedacht ist und die Umsetzung blockiert. Andererseits kann man schwer über die einzelnen Länder drüberfahren. Das ist halt das Dilemma an der ganzen EU!

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Ich bin schon eher zuversichtlich, würde ich sagen. Irgendwie müssen sie die Krise ja unter Kontrolle bringen. Sie werden es sicher unter Kontrolle bringen, sage ich mal, aber das wird uns sehr viel kosten. Es wird noch einiges auf uns zu kommen und wir werden den Gürtel enger schnallen müssen.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Ich finde es praktisch, dass ich damit europaweit bezahlen kann, sofern in dem Land der Euro eingeführt wurde. Ich ärgere mich, wenn ich in einem EU Land bin und dort immer noch die alte Währung vorzufinden ist. Da muss erst wieder umgewechselt werden. Es wird Zeit, dass da die restlichen Länder auch langsam nachziehen.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Gut. Keine Probleme. Es war sicher eine Umstellung, aber auch nur in der Anfangszeit.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Nur wenn andere umrechnen, dann denke ich darüber nach. Aber das ich selbst umrechne... nein, das eher nicht. Außer aus nostalgischen Gründen, aber sonst eher nicht.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Nein, da habe ich nicht das Gefühl. Ich glaube, dass es mit dem Schilling genauso teurer geworden ist. Durch den Euro ist sicher nichts teurer geworden per se. Die Preise sind zwar gestiegen, aber das Einkommen ja auch.

in welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Erheblich teurer sind der Strom und die Lebensmittel geworden. Das schiebe ich aber nicht auf den Euro.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Was mir einfallen würde... nö. Also, dass Sachen per se billiger geworden wären, das sicher, aber das hat nichts mit der Währung zu tun, sondern liegt eher an der Billigproduktion und anderen Gegebenheiten. Wenn man sich Computer, Fernseher, Handys und dergleichen ansieht, merkt man einen Preisverfall über die Jahre.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Sicher ist die Mülltrennung wichtig. Bei großen Sachen auf Energieeffizienz achten. Bei Fahrzeugen immer lieber das Fahrrad benutzen, oder mit den Öffis fahren, sofern es sinnvoll ist. Beim Autokauf Richtung Hybrid gehen oder ein Elektroauto anschaffen. Sparsamer und bewusster mit Kleinigkeiten des Alltags umgehen, denn die machen schon sehr viel aus. Bei Strom, Gas und Wasser steckt viel Einsparungspotential drinnen. Das würde auch ökonomisch Sinn machen, da nichts zu verschwenden.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Wenn ich ein Auto kaufe, dann würde ich eher schauen, dass ich so einen Hybrid kriege, auch wenn er mehr kostet. Vom Konsumverhalten her spielt es schon eine Rolle. Vielleicht keine so große wie es sein sollte, aber es spielt, glaube ich, schon eine Rolle. Man achtet schon auf die Umwelt, außer die Einbußen sind zu groß. Ein jeder muss das selbst mit sich vereinbaren können, wie weit er sich da beim Konsum zurücknimmt.

Sie haben gemeint, sich ein spritsparendes Auto zu kaufen, auch wenn es teurer in der Anschaffung ist. Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen?

Nein, da verzichte ich nicht drauf. Ich mache die aber so selten, dass es kaum ins Gewicht fällt. Es gibt andere Bereiche, wo ich eher meinen Beitrag leisten kann.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Ich verzichte aus finanziellen Gründen darauf, ansonsten würde ich mir ein ökologisches Auto kaufen, der Umwelt zuliebe.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Sport. Joggen,… das kostet mich überhaupt nix und da tue ich der Umwelt nichts Böses. Fahrrad fahren tue ich auch, was eben nicht nur der Fortbewegung dient, sondern auch Sport ist.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ich glaube, wenn es um Flaschen und Plastik geht, dann auf jeden Fall. Altpapier wird auch brav getrennt. Aber der Rest landet einfach in einer Tonne. Bei Bioabfall wäre es schon recht praktisch, wenn es überhaupt eine Biotonne bei uns geben würde. Ältere Personen halten sich eher daran und in unserem Haus wohnen in erster Linie sehr viele alte Personen.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 9

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	33
Geschlecht	W
Beruf	Büroassistentin (Studentin)
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Unter € 1.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Matura

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich besorge nur das, was dringend notwendig ist. Einkaufen gehe ich immer dann, wenn ich etwas brauche. Ich gehe zu Supermärkten, die eher günstiger sind. So alles in allem ist das lästig.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Zeit ist knapp, Zeit ist knapp, Zeit ist knapp. Das Geld ist knapp. Ich schreibe keine Listen. Ich weiß schon im Vorhinein was ich brauche, deswegen mache ich keine Liste. Ich besorge wirklich nur das was dringend notwendig ist. Ich mache mehrere kleine Einkäufe zu Fuß. Auto habe ich ja keines.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Dass ich Waren manchmal nicht finde, die ich dringend brauche. Oder manchmal, wenn ich den Preis vorher schon kannte, dass der Preis wieder gestiegen ist. Wenn ich sehe, dass die Aktion ausgelaufen ist. Das Tragen der Einkaufstaschen und das Ausräumen. Meistens bin ich vollbepackt. Geld wird ausgegeben und Zeit wird verschwendet.

Gibt es auch etwas Angenehmes beim Einkaufen?

Ich freue mich dann aufs Kochen, wenn ich einkaufe. Die Vorfreude. Ein bisschen Abwechslung vom Unialltag. Dass man für sich selbst etwas tut.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Ich bin da eigentlich sehr zufrieden.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Zu groß finde ich sie nicht. Zu klein auch nicht. Es ist gesundes Mittelmaß.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Bei Obst auf jeden Fall und auch bei Tiefkühlprodukten. So Fertiggerichte halt. Das kann ruhig ein wenig reduziert werden. Sonst passt‘s. Wurstsachen esse ich sehr, sehr selten, deswegen ist das für mich nicht sehr relevant. Da brauche ich gar nicht so viel Auswahl. Sonst entspricht es meinen Vorstellungen.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich habe meistens den Überblick, weil ich weiß was ich brauche und was ich will. Weil ich nicht so viel Zeit habe, habe ich nicht so wirklich die Gelegenheit zum Umschauen. Wo ich dann sagen würde: „oh, das und das würde vielleicht auch noch in Frage kommen“. Da ich aber den Großteil des Sortiments ignoriere, behalte ich fast immer den Überblick.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Nein, ich finde, die sind ausreichend gekennzeichnet für meine Verhältnisse. Ich weiß nicht, wie das bei den Anderen ist.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Für mich nicht, aber in meinem Umkreis gibt es da schon Beschwerden darüber, dass das für sie nicht verständlich ist. Für den Laien ist das nicht so verständlich. Die Inhaltsstoffe und sowas. Da stehen die chemischen Bezeichnungen und die Leute wissen nicht ob das gut oder schädlich ist.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Dass man in den Supermärkten eine Liste aufstellt, auch bei Pflegeprodukten, dass sie dann sagen: „das ist das und das ist das“. Wenn es eine Abkürzung gibt, dass das auf der Liste steht, was das genau bedeutet und wie schädlich das ist. Eine Art Abkürzungsverzeichnis.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	4
Herkunftsland	2
Hersteller/Produzent	1
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	3

Wichtige Anmerkungen: Bei Obst und Gemüse vor allem *(Anmerkung: betrifft Herkunftsland).*

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ja, auf jeden Fall. Ich glaube, dass gibt ihnen eine Sicherheit. Eine Sicherheit, dass das nicht schädlich ist oder dass das ein einheimisches Produkt ist.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das berühmteste ist das AMA, glaube ich. Das AMA-Gütesiegel. Fairtrade. Bio ist, glaube ich, auch ein Gütezeichen. Da gibt es das eine von Hofer, wo der im Fernsehen Werbung macht. Das Zurück zum Ursprung. Und das Ja!Natürlich.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

AMA und Fairtrade auf jeden Fall. Da schaue ich drauf und bin auch bereit mehr zu bezahlen.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfs hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja. Es ist angenehmer und ich nehme mir mehr Zeit dafür.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Erlebniseinkauf. Bekleidung, Schuhe. Haushaltsgeräte gehe ich nicht so oft einkaufen, da habe ich nicht so viel Bedarf. Bei Bekleidung schon. Ich gehe solche Sachen schon selten einkaufen, aber da nehme ich mir mehr Zeit zum Schauen und Anprobieren. Man leistet sich ja nicht alle Tage etwas.

Verhält es sich mit Elektronikprodukten ähnlich oder anders?

Da gehe ich dann wirklich nur, wenn ich etwas brauche. Da nehme ich mir auch mehr Zeit.

Ist das ein Erlebnis, oder versuchen Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich zu bringen?

Sowohl als auch, es kommt darauf an. Wenn ich mich mit den Geräten auskenne und eine Vorstellung habe, das macht mir teilweise eine Freude. Bei Geräten, von denen ich wenig Ahnung habe, da will ich mich schnell beraten lassen.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	1
Preis	1
Leistung (technische Daten)	2
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	3
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

Wichtige Anmerkungen: Mir ist der ökologische Aspekt wichtig, aber der Kosteneffekt überwiegt mehr.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Da muss ich jetzt nachdenken. Ich glaube, das war die Digitalkamera. Den Laptop habe ich vorher gekauft. Oder nein, eigentlich… In diesem Jahr habe ich mir das Handy gekauft. Ein Samsung.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Übers Internet habe ich mich informiert. In Foren. Weniger über die Herstellerseite. Vielleicht im Geschäft habe ich nachgeschaut wie es aussieht und wie es in der Hand liegt. Ob es schwer ist und ob es groß ist.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja, im Internet.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Bedarf. Das alte Handy war zum Teil kaputt. Vor allem die SMS Funktion hat nicht anständig funktioniert. Ich hatte es einige Male bei der Reparatur. Ich war es schon leid, das ständig zur Reparatur zu bringen. Da kam nichts dabei raus. Dann habe ich das Handy und den Betreiber gewechselt.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Ja, ich habe es auch angesprochen. Ich habe nach Sponsoren gesucht, aber niemand war bereit dazu.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Preis/Leistungsverhältnis. Der Rest war nicht so wichtig.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Eine Woche, glaube ich.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Ich glaube, das waren zwei Wochen.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Überhaupt keine Probleme, nein.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja. Nicht komplett, sondern nur die ersten Schritte und Informationen über die wichtigsten Funktionen, die ich auch genutzt habe.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Für mich war es total verständlich. Vor allem weil da auch so Zeichnungen waren. Schrittweise haben sie das gut erklärt.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Am Anfang hatte ich Bedenken, ob das sicher und seriös ist, wegen der Bezahlung. Aber ich habe sehr gute Erfahrungen gemacht. In letzter Zeit mache ich das fast gar nicht mehr. Ansonsten ein paarmal im Jahr. Das kommt auch auf die finanzielle Situation an.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Nein, Gott sei Dank nicht. Ich schaue da immer genau drauf, ob da Zertifizierungen und Verschlüsslungen vorhanden sind.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Vorteile sind, dass das schnell geht und es ist bequem. Man kann mehrere Anbieter vergleichen.

Nachteil ist, dass man eben keine persönliche Beratung hat. Wenn man sich zB nicht auskennt oder eine bestimmte Information sucht. Tauschen ist umständlicher als im Handel. Es ist unsicherer als im Geschäft.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Ich glaube, bei den Haushaltsgeräten sind die eher zufriedener. Die haben eine längere Lebensdauer, zB Kühlschränke, aber auch Flachbildfernseher usw. Ansonsten Notebooks oder Digitalkameras, da gibt es hier und da ein paar Beschwerden. Oder bei Handys ganz besonders.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Entsprechend den Produkten passt das. Die ordnen den Produkten eine gewisse Lebensdauer zu und das entspricht auch meistens dem.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	3	5
Bekleidung	3	5
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	6	6
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	3	5
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	8	8
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	4	5
Computer	4	5
Mobiltelefone	2	4
Pkw	7	14

Wichtige Anmerkungen: Eine Jean hält länger als feiner Stoff. Bei Fahrzeugen kenne ich mich nicht wirklich aus.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Der Fernseher. Ich glaube, das ist ein Silva-Schneider. Mittlerweile sind es 7 Jahre. Ich bin da positiv überrascht, denn Fernseher gehen ja recht schnell kaputt und das ist schon ein Billigsdorfer-Fernseher. Es ist halt ein Röhrenbildschirm und kein Flachbildfernseher.

Haben Sie auch ein Negativbeispiel?

Mein Handy. Von Sony-Ericsson. Ich glaube, knapp ein Jahr.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das nicht erforderlich?

Aus meiner Sicht wäre das gut. Vor allem, dass die Reparaturzeit kürzer dauert. Bei einem Notebook dauert es bis zu acht Wochen. Weil die Hersteller meistens nicht in Österreich sind und die dann nach Deutschland oder sonst wo hin geschickt werden. Da sollte die Reparatur leichter und schneller gehen.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Ich sehe keine Tendenz dorthin. Vielleicht bin ich auch falsch informiert. Man muss dann eher das Gerät austauschen, weil die Reparatur zu kostspielig ist. Da lohnt sich dann eher die Neuanschaffung, statt ein altes Gerät zu reparieren und die Kosten dafür aufzuwenden. Lebensdauern werden immer kürzer, also ist man eher dazu geneigt ein neues Gerät anzuschaffen.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Da denke ich einmal an die rechtliche Seite. Dass für die Konsumenten in Garantiefällen und in Schadensfällen rechtliche Möglichkeiten gegeben sind, bzw. auch Beratungsstellen, die Konsumenten bei Problemen helfen.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Verein für Konsumentenschutz. Ombudsmann gibt’s auch. Dann gibt’s auch Beratungsstellen in Rechtssachen, die kostenlos sind. Da würde ich mich auch hin wenden. Da gibt es im ersten Bezirk so eine kostenlose Rechtsberatung. Da kann man an bestimmten Tagen in der Woche hingehen. Man zieht eine Nummer und dort ist ein Rechtsanwalt mit dem man über seine Anliegen sprechen kann. Das ist ein Dienst von der Gemeinde Wien, dass man da kostenlose Rechtsberatung bekommt. Die könnten dich unter Umständen weiterleiten und in die richtige Richtung lenken.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Garantiefälle. Bei Verträgen, dass ich da nicht übers Ohr gehauen werde mit dubiosen Bedingungen.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	2
Medikamente und medizinische Behandlung	2
Urlaub und Reisen	2
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	4
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	2

Wichtige Anmerkungen: Ich mache das nicht, aber es ist trotzdem auf jeden Fall gut, hier einen Schutz zu haben *(Anmerkung: betrifft Haustürgeschäfte)*.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Übers Fernsehen habe ich einige Beiträge gesehen. Mittelbar hatte ich etwas damit zu tun. Das war sogar stark vertreten in den Medien, nämlich diese Seiten, wo man im Internet legal Filme anschauen kann. Nicht herunterladen, sondern nur anschauen. Um die anschauen zu können, braucht man eine Software. Meine Freundin hat eine Rechnung bekommen, weil sie eine kostenlose Software heruntergeladen hat. Dann hat sie eine Nachricht bekommen, dass sie das zahlen muss. Die haben gesagt, dass sie ihre IP-Adresse haben und ihre Daten. Dann ist sie zur Rechtsberatung gegangen. Die haben dort gemeint, sie soll das ignorieren, weil das Betrüger sind. Die meisten haben Angst davor und zahlen das ein, was ein Fehler ist.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Es ist situationsabhängig, glaube ich. Von den Fällen in meinem Umfeld habe ich schon ein wenig Ahnung. Aber bei ungewohnten Situationen kann ich nicht sagen, dass ich mich auskenne. Ich kenne noch eine andere Freundin, die ihren Bildschirm zur Reparatur geschickt hat. Das hat aber so lange gedauert und die wollten nachträglich noch Geld von ihr. Da hat sie sich an den Verein für Konsumentenschutz gewandt, und die haben sich um den Fall gekümmert. Am Ende war sie hoch zufrieden mit der Unterstützung.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Man sollte damit schon in der Hauptschule beginnen, damit die Kinder eine grundlegende Ahnung haben, dass sowas existiert und dass sie solche Rechte haben. Und dass sie im Falle des Falles auch ihre Eltern aufklären können. In der Unterstufe sollte man jedenfalls beginnen.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Ich finde Werbungen gut, aber zu viel davon ist schlecht. Ich lasse mich teilweise beeinflussen von der Werbung. Ich bin nicht sehr experimentierfreudig, deswegen probiere ich nicht alles aus wofür geworben wird. Im Fernseher… teils, teils, manchmal ist es schon unterhaltsam, aber bei anderen Spots denke ich mir „das ist unnötig“, das ermüdet die Augen. Teilweise ist es interessant, lustig und informativ. Vor allem bei Zahnpflegeprodukten interessiert mich das.

Wie verhält sich das mit Werbung im Briefkasten oder auf Plakaten? Fühlen Sie sich belästigt oder informiert?

Ich finde, die Briefkastenwerbung ist Papierverschwendung. Ich lasse mich da aber auch gerne inspirieren, zB von Bipa oder Interspar. Plakate sind Kunstwerke. Ich schaue mir die ganz gerne an.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja. Das IPhone ganz aktuell. Da wird in der Werbung gezeigt, dass es da ein neues Gerät gibt, was noch viel mehr kann als das alte und die Leute meinen, sie müssen das unbedingt besitzen.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Mich selbst. Eine Haarglättungsmaschine (lacht). In einer Zeitschrift war eine Werbung und dann habe ich mir das Gerät gekauft.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Dass sie richtig ins Auge sticht und dass man das immer wieder hört und sieht. Bewusst und unbewusst. Im Regal würde man das unter Umständen nicht so beobachten. Im Fernsehen nimmt man es eher war.

Wer ist Ihrer Ansicht nach empfänglicher dafür?

Alle gleichermaßen. Für jeden ist etwas dabei. Wenn Kinder auf den Plakaten etwas sehen, die flippen total aus. Oder Frauen, wenn sie Schuhe sehen.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Sehr stark.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja, kann ich machen. Freunde und Familie an erster Stelle. Meine Nachbarn sind auch meine Freunde.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Nicht öfters, aber schon einige Male. Nicht jeden Tag, also dass ich mich 3-4-mal in der Woche an sie wende, das sicherlich nicht, aber... ein paarmal im Monat aber schon.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Verlässlichkeit. Gegenseitige Akzeptanz. Ehrlichkeit wollen zwar die meisten, aber das tun sie selbst nicht. Man soll nichts verlangen, was man selbst nicht halten kann. Herkunft und Religion. Aussehen und Erscheinung.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Ja, ich glaube schon. Herkunft und Religion sind wichtiger als früher. Dadurch ergibt sich eine Art Vertrauen. Man fühlt sich gut aufgehoben bei seinen Leuten. Auf Verlässlichkeit wird mehr geschaut aufgrund der Berufssituation. Da schaut man mehr, ob man sich auf die Leute verlassen kann.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Denen geht definitiv etwas ab. Die haben keinen großen Spielraum, was Konsum betrifft. Wie ging diese Unterscheidung… Sie sind nicht unzufrieden, aber sie sind nicht zufrieden (lacht).

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Mir geht definitiv etwas ab. Ich bin nicht einmal nicht zufrieden, ich bin sehr unzufrieden (lacht). Das haben Sie mich zu einem sehr ungünstigen Zeitpunkt gefragt (lacht).

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Urlaub. Auch Ausgaben für Bekleidung und kleinere Luxusgüter. Ein Blackberry oder iPhone wäre nicht schlecht. Man will sich halt hin und wieder etwas gönnen können.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Nein, Gott sei Dank nicht. Ich höre immer wieder was, aber nicht in meinem Bekanntenkreis.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Ja. Nicht alle, aber ich schaue mir das an und denke mir: “probier’s aus“.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Ja, bei einem Mobilfunkanbieter.

Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde?

Es ging um die Kündigung. Die Kündigung haben sie nicht rechtzeitig in die Wege geleitet. Die haben mir weitere Rechnungen mit Mahngebühren geschickt. Obwohl ich mit denen telefoniert habe, konnte ich kein Ergebnis erzielen und bin persönlich hingegangen. Das ist noch immer ein Prozess übrigens.

Wurde eine Lösung gefunden?

Die haben gemeint, sie werden das anschauen und sich bei mir rühren. Ich bekomme auf jeden Fall keine Rechnung mehr. Soll ich die Firma nennen? Bob. Es wurde keine Lösung gefunden, vor allem deswegen, weil die die erste Mahnung direkt zu einem Inkassounternehmen weitergeleitet haben. Die Firma hat eh gemeint, mit Bob gibt’s da immer Probleme.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Grundsätzlich kann ich nur sagen, dass bei diesen Vereinen für Konsumentenschutz,… dass denen mehr Macht gegeben wird und mehr Ressourcen zur Verfügung gestellt werden, dass die die Konsumenten besser schützen können. Das sehe ich als notwendig.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	3
Wohnumgebung	1
Nachbarn	3
Verkehrsanbindung	1
Lärm	2

Wichtige Anmerkungen: Habe ich schon erwähnt, dass ich in einem Studentenwohnheim wohne?

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

3-4 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Ja. Weil ich mir eine größere Wohnung zulegen möchte.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein, die Wohnung befindet sich sehr zentral. Ganz in der Nähe der Landstraßer Hauptstraße. Zwei Stationen vom Zentrum entfernt. Einen Mediamarkt hätte ich gerne in der Nähe. Sonst ist alles in greifbarer Nähe.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Ich finde, dass das Angebot an Waren größer und internationaler geworden ist. Dass die Preise gestiegen sind.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Freier Kapitalverkehr, freier Güterverkehr, freier Dienstleistungsverkehr. Die einheitliche Währung ist ein großer Vorteil, wegen der Reisefreiheit. Ich glaube, das war‘s.

Fallen Ihnen noch ein paar Nachteile ein?

Für mich gibt es keinen Nachteil, ich bin optimistisch. Ich war immer positiv eingestellt, gegenüber dem EU-Beitritt.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Wie gesagt, ich war immer positiv eingestellt und ich war froh, dass Österreich beigetreten ist. Leider habe ich das Gefühl, dass die EU quasi bröckelt und ich finde das schade. Ich habe kein gutes Gefühl, was den Fortbestand der Europäischen Union betrifft aber ich bin weiterhin optimistisch.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

So wie die meisten, glaube ich, habe ich das Bedürfnis, den Euro in Schilling umzuwandeln und zu vergleichen. Dass das eine einheitliche Währung ist und Gültigkeit hat, das ist positiv. Ich finde, es ist eine starke Währung. Dadurch ist alles viel teurer geworden.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ich habe überhaupt keine Probleme damit. Keinerlei Probleme, nein.

Sie rechnen also noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um? Bei welchen Anschaffungen und Beträgen?

Eher bei größeren Beträgen. Mittlerweile… bei den kleineren schaue ich nicht mehr darauf. Bei kleineren war das nur am Anfang der Fall, jetzt nicht mehr. Jetzt eher nur bei ungewöhnlicheren Sachen, die selten vorkommen.

Sie haben gemeint, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist. In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Wohnung, Mieten. Ich glaube, bei den Ausgaben des täglichen Lebens. Lebensmittel, Bekleidung. Studium (lacht).

Glauben Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das eher andere Gründe?

Das ist schwer zu sagen, vielleicht war der Euro nur ein Vorwand oder eine gute Gelegenheit, um die Teuerungen zu decken. Es ist halt die Frage.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Bei den elektronischen Geräten. Da merkt man es schon, ansonsten ist mir nichts aufgefallen.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Schauen, dass man Flaschen sammelt. Ich fülle meine Plastikflaschen immer wieder mit Leitungswasser ab. Ich merke das auch selber, wenn ich Plastiksackerl… wenn ich einkaufen gehe und keine Sackerl habe, dann kaufe ich ein neues Sackerl. Zu Hause stapeln sich aber die Sackerl. Da muss man eben besser darauf achten, die Plastiksackerl auf ein Minimum zu reduzieren. Auch auf Flaschen und Dosen schauen. Recyceln, Sammeln und Trennen. Und zwar gewissenhaft. Vielleicht biologisch abbaubare Produkte kaufen. Bei Reinigungsmitteln. Sowohl bei der Verpackung als auch inhaltlich.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja, einschränken auf jeden Fall.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Ich achte beim Einkaufen darauf, dass wenig Müll entsteht. Und dass ich Flaschen wiederverwende.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Dadurch, dass ich kein Auto habe, kann ich die Frage nicht beantworten. Ich habe nicht vor, mir in nächster Zeit ein Auto zuzulegen. Ich müsste mir erst überlegen, worauf ich da genau achten würde. Freilich ist ein geringerer Spritverbrauch positiv. Vom finanziellen her und wegen der Umwelt. Das eine schließt das andere nicht aus. Ich mache keine Fernreisen. Ich würde nicht darauf verzichten wollen. Wenn das einmal in zwei Jahren der Fall ist, dann verzichte ich darauf nicht. Ich würde es nicht übertreiben, aber ganz verzichten sicherlich nicht.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Ja. Ich verzichte aus mehreren Gründen. Ich würde mir keines kaufen wollen, in Wien kommt man ohne Auto zurecht. Auch außerhalb hat man gute Verbindungen. Solange ich keine Familie habe, brauche ich es nicht. Leisten kann ich es mir momentan sowieso nicht.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Fahrrad fahren. Sport. Ich gehe nicht ins Fitnesscenter oder so, aber ich mache daheim ein wenig Gymnastik. Bücher und Zeitschriften lesen, Spazieren gehen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ja. Es muss ernst genommen werden. Sonst kriegen die von unserer Putzfrau eine auf den Deckel, oder von der Hausverwaltung. Im Großen und Ganzen funktioniert das ganz gut. Manche können nicht lesen und werfen die Abfälle falsch ein oder alles in den Restmüll. Bei uns hat jeder einmal in der Woche Küchendienst und die müssen den Müll selbst runtertragen. Außer der Restmüll, der wird von der Putzfrau hinuntergetragen und deswegen ist es bequemer, gleich alles in den Restmüll zu werfen. Aber da gibt es dann eben Ärger mit der Putzfrau.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 10

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	33
Geschlecht	M
Beruf	Volksschullehrer
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Kleinstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 1.000 und € 2.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Universität, Akademie, Fachhochschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Das mache ich gerne, ich gehe gerne zum kleinen Billa oben am Eck. Die haben freundliches Personal und gerade das richtige Sortiment. Da geht der Einkauf schnell, da gehe ich gerne hin.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Einkaufen ist bei mir spontan. Wenn ich in den Kühlschrank schaue und sehe „ich brauche noch etwas“, dann gehe ich einkaufen. Einkaufslisten schreibe ich maximal für den Wochenendeinkauf. Wenn es Sachen sind, wo ich mir denke „die will ich nicht vergessen“, da schreibe ich mir einen Zettel. Bei Sachen, die nicht alltäglich sind, also Spülmittel und dergleichen. Nachdem das zu Fuß ein paar Minuten an Gehzeit ist, erledige ich die Einkäufe 2-3mal in der Woche zu Fuß.

Was ist dabei <u>angenehm</u> für Sie und was empfinden Sie als <u>störend</u> und <u>lästig</u>?

Wenn ich durchgehe und der Einkauf schnell erledigt ist, das ist sehr angenehm. Unangenehm sind lange Schlangen an der Kasse und wenn das Sortiment umgestellt wird. Nicht im Sinne von „anderes Sortiment“, sondern wenn im Geschäft alles umgeräumt wird. Da muss ich erst suchen und mehr nehme ich dadurch auch nicht mit (lacht).

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Im Allgemeinen kriegt man eh alles. Ist eh super. Speziell der kleine Supermarkt hier hat alles was man für den täglichen Bedarf braucht. Ansonsten muss man ein Stück weiter gehen für ein größeres Sortiment, aber das ist halb so wild. In der Gegend gibt es alles was man braucht.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Im kleinen Billa: für den täglichen Einkauf perfekt und ansonsten gehe ich zum großen Billa oder andere größere Geschäfte, falls ich mal etwas Spezielleres brauche oder für einen größeren Wochenendeinkauf. Ich sage mal „hier genau richtig“, aber drüben beim Zielpunkt gibt es für mich das falsche Sortiment. Dort gehe ich alle heiligen Zeiten einkaufen. Das Sortiment ist dort zwar größer als bei meinem kleinen Billa, aber es gibt dort fast nichts, was ich brauchen würde.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Tiefkühlprodukte könnten etwas mehr sein. Sonst gibt es überall ausreichend Auswahlmöglichkeiten. Es gibt von jeder Variation etwas. Ich brauche aber nicht fünfmal das gleiche Produkt von verschiedenen Herstellern. Es braucht zB nicht von jedem Hersteller ein Vanillejoghurt vertreten sein. Bei Knabberartikeln und Salzgebäck brauche ich nicht so viele verschiedene Produkte, da würden einige wenige vollkommen ausreichen für meine Bedürfnisse.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich bin da nicht überfordert. Da ich eh weiß, was ich brauche, gehe ich hin und nehme mir das. Da ist es mir relativ egal, was daneben steht und was nicht. Wenn‘s irgendein Produkt ist, das ich einmal im Jahr brauche, zB Spülmitteltabs, dann kommt es unter Umständen vor, dass ich länger suchen muss und einen Verkäufer frage. Bei allem was ich regelmäßiger brauche, da gehe ich hin, kaufe mir das und fertig. Ohne großen Aufwand.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ich glaube, es sind noch nicht überall die Kalorienangaben drauf. Das könnte man noch nachholen. Beim Süßzeug fehlt das gerne. Ich finde die Idee nicht schlecht, dass sie den Fettgehalt einbauen, damit man gleich sieht, wie ungesund das Zeug ist. Sowas finde ich nicht schlecht.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Wenn es so ist, dass ich das Gefühl habe „da fehlt mir eine Information, die wichtig wäre“, dann nehme ich das Produkt einfach nicht. Ohne die Information kaufe ich es halt nicht.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Ich würde mir wünschen, dass die Mengenangaben gleich bleiben. Also, dass Packungsgrößen ähnlich sind. Das würde mir als Konsument die Vergleichbarkeit erleichtern. Mit irgendwelchen Kommazahlen ist es irgendwie doch mühsam. Einheitliche Packungsgrößen hätten schon etwas für sich.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	3
Ablaufdatum	1

Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	1

Wichtige Anmerkungen: Das ist schwierig zu sagen, denn ich kaufe mir nicht die Haltbarmilch. Ich nehme die Milch, die länger hält. Dass das Ablaufdatum aber korrekt angeschrieben ist, das ist mir sehr wichtig. Der Hersteller ist mir nur bei bestimmten Produkten wichtig, bei anderen wiederum egal.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich habe das Gefühl, dass zu viele Leute auf „Geiz ist geil“ setzen. Lieber Masse und billig kaufen, als das was man wirklich braucht.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Ja, also dieses Fairtrade von EZA fällt mir ein. Das Rot-Weiß-Rote von Agrar Markt Austria. Bio und Öko hat eh jeder drauf stehen, aber etwas Offizielles fällt mir jetzt nicht ein.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

EZA hat wirklich einen guten Ruf, da weiß man, die schauen tatsächlich drauf. Das ist jetzt nicht nur, dass es sich besser verkauft, sondern die stehen wirklich dahinter. Ich finde es gut, wenn die Sachen in Österreich produziert werden und von dem her, dass es aus Österreich kommt, ist es mir sehr wichtig. Ich kaufe lieber Sachen aus Österreich als vom Ende der Welt.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfs hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Es kommt darauf an. Kleidung kaufe ich mir praktisch nur im Urlaub. Alles was ich an T-Shirts, Hosen und so weiter habe, das habe ich mir im Urlaub gekauft, denn da habe ich Zeit und es ist gleichzeitig eine Erinnerung an dort. Aus diesem Grund trage ich die Sachen lange. Ich bin kein Modejunkie, der sich jedes Jahr eine neue Garderobe zulegt. Ich gehe absolut nicht nach der Mode, sondern schaue im Geschäft was mir gefällt. Im Urlaub habe ich Zeit genug, die Sachen anzuprobieren. Während des Jahres mache ich das nicht.

Kann man hierbei also eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

(lacht) „Erlebniseinkauf“ ist vielleicht überrieben. Ich brauche keine großen Shopping-Malls. Aber ich nehme mir die Zeit dafür im Urlaub.

Wie verhält es sich im Vergleich dazu mit dem Einkauf von elektronischen Produkten?

Da schaue ich, ob sich ein Bedarf ergibt. Ich stecke da für mich genau ab, was das Ding können muss. Da schaue ich Internet nach und mache mich kundig. Wenn da im Review viele Leute eine gute Meinung haben und die Kritik passt, dann schaue ich, wo ich das Ganze zu einem guten Preis bekomme. Da gehe ich meistens per Internet einkaufen. Ab und zu für Kleinzeug, für nur ein Kabel

oder CD-Rohlinge, wenn ich die geschwind brauche, dann kann es schon sein, dass ich vielleicht ins Geschäft gehe.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	2
Preis	3
Leistung (technische Daten)	2
Aussehen/Design	1
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	5
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

Wichtige Anmerkungen: Die Marke selber ist mir nicht so wichtig, aber wenn mit einer Marke Qualität verbunden ist, dann werde ich darauf achten. Wenn ich also weiß, diese Marke hat keine „Stuck Pixel“ oder ähnliches. Der Name alleine ist mir komplett egal, aber wenn damit eine gewisse Qualität verbunden ist, oder gute Erfahrung, dann werde ich eher zu der Marke greifen. Preis… Wenn der Preis angemessen für die Leistung ist. Ich kaufe mir lieber einmal ein teureres Produkt alle paar Jahre und das hält länger und funktioniert gut, als jedes Jahr billig ein neueres. Der Preis ist schwierig zu beantworten, denn ich gebe lieber etwas mehr Geld aus und habe im „Long Run“ mehr für mein Geld. Das Produkt muss hochwertig aussehen. Ich habe gerne Dinge mit wenig Knöpfen und gut verarbeitet. Aufgeräumte Oberflächen. Was benutzerunfreundlich ist kommt mir nicht zwischen die Finger. Die Garantiedauer ist mir nicht so wichtig, denn ich kaufe lieber hochwertige Produkte. Hochwertige Produkte halten eh weit über die Garantiedauer hinaus. Es ist nicht das Oberkritierium, aber es ist schon wichtig *(Anmerkung: betrifft Ökologische Aspekte)*. Ich will alleine schon nicht so eine hohe Stromrechnung bezahlen.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Ah, ich weiß schon. Eine Spiegelreflexkamera.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Im Internet Reviews gelesen. Professionelle Testberichte und auch Kundenreviews. Ich habe mir zudem diverseste Fotos angeschaut. Nicht nur Vorzeigefotos. Die Informationen habe ich rein aus dem Internet. Wobei ich hier auch sagen muss, ich habe da auch die Vorgängermodelle. Für mich war in erster Linie interessant, welche Änderungen sich beim neuen Modell ergeben haben.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Ich habe eine bessere Kamera gebraucht, weil meine Anforderungen steigen (lacht). Ich drucke in letzter Zeit die Fotos größer aus. Die Auflösung alleine war nicht so wichtig, ich wollte Fotos mit einem geringeren Grundrauschen aufnehmen.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein (lacht). Die Kamera ist preislich außerhalb jeglicher Geschenkmöglichkeit.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Gute Verarbeitung. Eine Kamera muss bei mir einige Jahre halten. Gute Benutzerführung und Ergonomie. Der Preis war dann angemessen für das Produkt.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Das geht bei mir eigentlich sofort. Wenn ich etwas sehe und sage „das klingt interessant“, dann will ich mich gleich informieren. Dann weiß ich gleich, ob das für mich wirklich interessant ist oder nicht. Ich hatte schon länger im Hinterkopf, dass ich mir eine neue Kamera zulegen möchte, aber dann ist eben die eine herausgekommen und ich dachte „oh, das klingt aber spannend“ und habe mich sofort schlau gemacht. Zwischen der Information und Produktbesorgung kann dann sehr viel Zeit verstreichen.

Das wäre dann schon die nächste Frage: Wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Ein halbes Jahr.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes?

Keine. Das Modell hat sich nicht grundlegend von seinem Vorgänger unterschieden.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Bei der ursprünglichen Inbetriebnahme nein. Nachher sicher, weil da gibt es ein paar Sonderfunktionen. Ursprünglich nicht.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Die ist großartig. Die ist echt perfekt. Einerseits „straight to the point“ und andererseits immer mit Anwendungsbeispiel, sodass ich immer weiß „ah, so meinen die das“.

3. Beschaffungen per Internet

Sie haben sich also schon einige male etwas über das Internet gekauft.

Ja.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Gerade bei so teureren Bestellungen fast immer. Mehrmals pro Monat kann man sagen. Von professionellen Händlern eigentlich nur positive Erfahrungen, bei eBay nicht immer. Ich schaue aber auch da, dass ich bei Händlern einkaufe, die positive Reviews haben und gängige Zertifikate.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Einmal habe ich wie gesagt einem eBay-Händler einen Betrag überwiesen, aber nie eine Ware erhalten. Wir haben da mehrmals hin und her geschrieben und er hat mich immer nur vertröstet. Irgendwann habe ich aufgegeben. Es war eh kein großer Betrag, also war mir der Rechtsweg zu mühsam. Beim Spam weiß ich es nicht. Ich gehe mal davon aus, dass der Spam, den ich kriege, nicht von den Händlern ist, bei denen ich meine Bestellungen tätige (lacht). Der Spam landet eh im Spam-Filter. Ich bin auch vorsichtig, wo ich meine Daten hergebe.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Vorteil: es geht jederzeit. Wenn ich gerade Zeit habe mir das anzuschauen und zu bestellen, dann kann ich das zu Hause machen und muss nicht irgendwohin fahren. Es kommt zu mir nach Hause und ich muss nicht schauen, wie ich da hin komme. Nachteil ist, dass es bei vielen nur per Kreditkarte geht und ich brauche im Alltag keine Kreditkarte, außer eben bei Onlinebestellungen. Dafür ist mir die Kreditkarte zu teuer. Im Normalfall geht es eh auch mit einer Überweisung. Manche Bestellungen gehen leider nur mit Kreditkarte und dann borge ich mir eben eine aus.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Eher zufrieden. Ich sage mal, die meisten Leute, die ich kenne, schauen eher auf Qualität und nicht auf den niedrigsten Preis.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Ich gehe mal davon aus, dass es im Normalfall passt, weil die auch eher hochwertige Produkte kaufen. Hochwertig bzw. langlebig.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	3
Bekleidung	10	10
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	30
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	4	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	15	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	20
Computer	5	7
Mobiltelefone	2	5
Pkw	15	25

Wichtige Anmerkungen: Bekleidung hält bei mir ewig. Ich habe einen großen Kasten, deswegen trage ich die einzelnen Stücke nicht sehr oft. Ich setze sehr auf Vollholz, das hält fast ewig. Ich bin nicht so der Lifestyle-Typ, der sich ständig neu einrichtet. Mir ist es lieber, ich stelle das einmal auf und dann hält das auch wirklich. Die halten eh länger *(Anmerkung: betrifft Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen)*. Spielkonsolen habe ich zwar nicht, aber mein Soundsystem habe ich schon ewig. Fernseher habe ich auch keinen, ich schaue über meinen Computer fern. Das ist ein bissl eine komische Zusammenfassung, da müsste man differenzieren zwischen Soundsystem und Fernseher, denn ein gutes Soundsystem hält weit länger als ein durchschnittlicher Fernseher. Handys gehen bei mir schnell ein. Pkw habe ich keinen.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mein Fahrrad. Marke Simplon. Das habe ich seit 16 Jahren.

Ich habe einmal bei Amazon einen Standventilator gekauft, der war nach zwei Wochen kaputt. Ich glaube das war ein Clatronic.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das nicht erforderlich?

Unbedingt. Unbedingt erforderlich.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Bedingt. Ich kann mir vorstellen, dass sie Standardteile – ich denke gerade an den Computer – Festplatten, Arbeitsspeicher, Akkus usw.,… dass sowas leicht austauschbar bleiben wird. Aber zB das Motherboard oder so... Wenn das nicht mehr produziert wird, da wird man halt ein Problem haben wegen den Schnittstellen. Computer werden schlechter reparierbar werden, fürchte ich. In anderen Bereichen wird das recht ähnlich sein.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Ich würde einmal sagen: Konsumentenrechte. Dass man davor geschützt wird, dass ein Anbieter die Konsumenten abzockt, indem er bewusst minderwertige Sachen verkauft, oder eben Sachen verspricht, die das Produkt gar nicht halten kann. Da finde ich Regelungen wichtig, die eindeutig auf Seiten der Konsumenten sind, sodass man nicht lange streiten muss, weil die Händler ja meistens doch den längeren Atem haben.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Es gibt den Verein für Konsumenteninformation und... die AK kann teilweise auch helfen.

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Eigentlich überall. Dadurch, dass es heutzutage in jedem Bereich um Gewinnmaximierung geht, wird ohne den Konsumentenschutz in jedem Bereich die Langlebigkeit der Produkte oder genauso auch die Gesundheit der Konsumenten auf der Strecke bleiben, wenn man eben nur den Gewinn maximiert. Da finde ich es wichtig, dass alles einer Kontrolle unterliegt und dass da Konsumentenschutz existiert. Die Hersteller haben da von sich aus teilweise nur wenig Anreize.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	2
Urlaub und Reisen	2
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Das finde ich insofern wichtig, weil das nicht so greifbar ist. Wenn da der Konsumentenschutz nicht auf Seiten der Konsumenten wäre und man auf Entfernung streiten muss, dann ist das problematisch *(Anmerkung: betrifft Internet und Versandhandel)*. Für mich persönlich ist das egal, weil ich das nicht mache *(Anmerkung: betrifft Haustürgeschäfte)*. Da mache ich gar nicht erst die Haustüre auf. Für Haustürgeschäfte nehme ich keinen Konsumentenschutz in Anspruch, insofern ist es mir hier nicht wichtig. Bei Datenschutz würde ich sogar einen römischen Einser geben, wenn es den gäbe (lacht).

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Eher im Internet und Gesetze studiert. Fernsehsendung habe ich sicher auch schon mal gesehen. Ich kenne aber niemanden, der da mehr wüsste als ich.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Ja. Ich habe da schon einige Informationen zusammengetragen. Was man nicht weiß, kann man ja immer noch lernen, wenn man es mal benötigen sollte.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja unbedingt. Ich bin der Meinung, dass Bewusstseinsbildung schon ab der ersten Klasse passieren sollte. Nicht nur in Richtung Konsumentenrechte, sondern auch in Richtung Konsumverhalten. Alleine schon, dass nicht alles was man in der Werbung sieht, auch benötigt wird.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

An sich bin ich kein großer Fan von Werbung. Ich verwende auch am PC Werbeblocker, weil ich das Zeug schon nicht mehr sehen kann. Ich finde auch die Postwurfsendungen ziemlich unnötig, weil die meistens ungelesen im Altpapier landen. Was ich aber in Ordnung finde: Wenn ich eine Firma darum gebeten habe, dass die mir Informationen schicken, dann habe ich ein Interesse daran und das ist dann in Ordnung. Ich versuche der Werbung entgegenzusteuern.

Wie sieht das konkret mit Fernsehwerbung aus?

Ich schaue gar nicht fern. Ich bekomme da nichts mit.

Und bei Plakaten?

Plakate ignoriere ich im Normalfall. Unterbewusst werde ich sicher was mitbekommen. Ich habe bis jetzt selten eine Plakatwerbung gesehen, wo ich jetzt sage „oh, interessant“. Gerade in Österreich finde ich die ziemlich langweilig und wenig unterhaltsam. In Frankreich gibt es spannende und witzige Werbungen, aber Österreich ist da eher konservativ.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja, unbedingt.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Nein, nicht wirklich.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Sie weckt Wünsche oder Träume. Sie erzeugt eine Wirklichkeit, die es so nicht gibt. Ich sage mal beispielsweise: in Autowerbung gibt es nie Staus. Es wird mit dem SUV durch die Stadt geglitten und alles ist wunderbar. Das entspricht nicht der Wirklichkeit. Oder wenn jemand mit diesem tollen Auto am Strand steht. Auch wenn ich dieses Auto besitze, habe ich nicht jeden Tag Urlaub und kann auch nicht damit an den Strand fahren. Sowas finde ich persönlich extrem ärgerlich. Wenn mir jemand sagt: „Das ist unser Produkt. Diese und diese Sachen kann es.“, dann ist das wunderbar, weil dann kann ich mir davon ein Bild machen. Aber diese ganz offensichtlich manipulativen Dinge… da kaufe ich bewusst dieses Produkt nicht, weil ich mich frage: „hey, haltet ihr mich für einen Idioten?“. Ich würde sagen: Leute, die das jeweilige Produkt gerade irgendwie als Statussymbol sehen, oder sich über dieses Produkt definieren, sind natürlich dafür anfälliger. Wenn die schon der Meinung sind, dass die Marke extrem wichtig für sie ist, dann werden die entsprechend eher darauf reagieren. Die sind dann hellhöriger, wenn sie mitbekommen, dass es da etwas Neues gibt. Eine Handywerbung wird eher die Jugend beeinflussen. Umgekehrt gibt es sicher Rheumadeckenwerbung, die eher Senioren ansprechen. Die werden dann sagen: „Ah, das ist die Lösung für meine Wehwechen“ und sich das Produkt dann kaufen. Das ist eben zielgruppenabhängig.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Massiv.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja sicher. Freunde von mir. Vom Lebensmittelpunkt her sind die Freunde von den Interessen her näher. Da gibt es eher Interessen, die sich überschneiden. Von dem her sind es eher die Freunde. Die Familie wird mir klarerweise auch die Hilfe nicht verweigern. Meine Eltern wohnen direkt nebenan und sind quasi meine Nachbarn, aber an die wende ich mich trotzdem nur selten.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Ich würde sagen: mehrfach wöchentlich. Es sind halt lauter Kleinigkeiten, wo man sich im Freundeskreis gegenseitig hilft. Mal hier und mal da und bei Gelegenheit helfe ich wiederum.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Vermutlich, dass man gut mit denen auskommt. Ähnliche Interessen. Ähnliches Weltbild. Besitz und Status… Ich glaube, da gibt es wiederum die verschiedenen Zielgruppen. Da gibt es Leute, die sich bewusst dagegen aussprechen und sagen: „das ist mir nicht wichtig“. Dann gibt es wiederum Leute, die sich damit identifizieren. Das kann man nicht allgemein beantworten.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Ich glaube schon, dass die Gesellschaft heutzutage konsumorientierter ist als früher. Dass öfter mal etwas Neues gekauft werden muss, einfach weil es nicht mehr neu ist, egal ob es noch funktioniert oder nicht. Ich glaube, das ist heute schon etwas anders als früher. Früher hat man gesagt: „ich brauche das, deswegen besorge ich es mir und dann habe ich es“. Heute gibt es bei fast allem die Mode. Es gibt bei Bekleidung die Mode, es gibt beim Auto die Mode, es gibt bei Möbel die Mode,… einfach damit man regelmäßig neue Produkte kauft. Das finde ich persönlich nicht so gut.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Nein, die sind zufrieden.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Nein, mir geht nichts ab und was mir abginge, könnte ich mir leisten. Dadurch, dass ich kein Auto finanzieren muss, habe ich ausreichend Geld.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

(lacht) Die neue EOS 1 DX (lacht). Die kostet halt 6.000 Euro. Die würde ich mir nie kaufen, denn ich brauche keine so teure Kamera. Aber ich würde die natürlich nehmen, wenn man sie mir schenken würde, keine Frage. Wenn ich von einem Tag auf den nächsten die 6.000 Euro hätte, würde ich sie mir aber trotzdem nicht kaufen.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Glücklicherweise nicht. Ich habe mit vielen reflektierten Personen zu tun. Ich glaube, das ist wiederum so eine Peergroup-Geschichte. In der Jugend ist das relativ dramatisch, weil man da vielleicht nicht genügend andere Möglichkeiten hat, sich selbst zu definieren als durch den Konsum. Als Erwachsener hat man vielleicht eine gute Ausbildung und einen guten Beruf, womit man sich definieren könnte. Als Jugendlicher gibt es wenig, worüber man sich definieren kann. Da definiert man sich über die Marke und da muss man eben schauen, dass man das teuerste, das beste oder was

auch immer hat. Ich glaube, auch bei den Erwachsenen ist es oft so. Das ist meiner Meinung nach in den unteren Bildungsschichten so, weil es auch hier wiederum weniger gibt, worüber man sich sonst definieren kann.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Das ist schwierig zu sagen. Wenn das Gerät eine Zusatzfunktion hat, dann werde ich es genau deswegen gekauft haben. Wenn es eine Zusatzfunktion hat, die ich nie im Leben brauche, die aber unbedingt dabei ist, dann werde ich mir vielleicht etwas Anderes kaufen, das meinen Anforderungen eher entspricht. Ich kaufe da immer sehr überlegt. Kompliziert und umfangreich stört mich überhaupt nicht. Mir ist aber lieber, ein Gerät hat ein paar wenige Funktionen, die wirklich gut sind, als es hat haufenweise Funktionen, die aber zum Teil nicht ausgereift sind.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

In den letzten zwölf Monaten nicht. Da ist nichts vorgefallen.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Ich würde es gut finden, wenn es gerade bei technischen Geräten nicht nur ein Umweltgütesiegel gibt, sondern dass es gesetzliche Vorgaben gibt. Dass solche Produkte, die bestimmte Umwelterfordernisse nicht erfüllen, gar nicht verkauft werden dürfen. Ich finde es eine Sauerei, dass am anderen Ende der Welt Leute vergiftet werden, nur damit hier Produkte ein bisschen billiger verkauft werden. Da sollte man hart durchgreifen. Das regelt sich dann sehr schnell.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	2
Nachbarn	1
Verkehrsanbindung	1
Lärm	4

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

10 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Nein.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein, das ist perfekt. Es würde mich nicht stören, wenn wir hier statt dem Obi einen Hornbach da hätten, weil der die bessere Auswahl hat. Sonst ist alles perfekt.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Ich finde es super, dass ich in Europa herumreisen kann, ohne dass ich in vielen Ländern Geld wechseln muss. Ich finde es super, dass ich im Ausland herumfahren kann und einkaufen kann und problemlos Geld überweisen kann, ohne extra Spesen zu bezahlen. Dass der Einkauf im Ausland problemlos funktioniert. Reisefreiheit ist natürlich überhaupt großartig.

Was sind noch so Allgemein die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Nachteilig… so in letzter Zeit alles was so in Richtung Globalisierung geht ist ein bisschen mit Vorsicht zu genießen. Dieser ewige Preisdruck, oder sagen wir mal: diese „Shareholder Value-Geschichten“ machen mich nicht unbedingt glücklich. Da werden noch mehr Leute entlassen, damit halt die Aktie hoch bleibt… finde ich nicht so gut. Das passiert immer unter dem Argument, dass man sagt: „Die EU muss halt wettbewerbsfähig sein!“. Das ist halt ein unfairer Wettbewerb. Die EU versus ein Land am Ende der Welt. Leute, die unter ganz anderen Bedingungen leben müssen, weil sie sonst verhungern müssen. Ich glaube nicht, dass wir mit denen im Wettbewerb stehen wollen, im Gegenteil. Wir sollten schauen, dass es denen so gut geht wie uns. Ich denke, mit angemessenen Preisen für unsere Produkte können wir immer noch gut leben.

Positiv… Europa wächst langsam zusammen. Nachteilig… Lobbys können ihren Einfluss gleich über ganz Europa ausweiten und müssen nicht mühsam in jedem einzelnen Land arbeiten.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Ich finde die EU ist wichtig und unser Beitritt war wichtig. Ich finde, dass in Zukunft mehr auf die Bewohner der EU geachtet werden sollte und weniger auf die wirtschaftlichen Interessen von – ich sage mal – Einzelpersonen.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Ich finde ihn super. Wie gesagt, das europaweite Zahlen mit einer Währung ist großartig. Die Preise sind auch viel besser vergleichbar. Wenn ich im Ausland unterwegs bin, dann weis ich, ob es sich lohnt und auszahlt, das mit zu nehmen. Andererseits hat man jetzt immer das Gefühl, wenn man Euro in Schilling umrechnet, dann sagt man „Wahnsinn, in Schilling hätte ich nie so viel dafür gezahlt!“. In Schilling hat man die Inflation immer ziemlich ausgeblendet. Der Umrechnungskurs ist stehen geblieben, die Inflation aber nicht. Im Kopf kostet eine Wurstsemmel immer noch zehn Schilling aber mindestens einen Euro. Da ist man dann freilich der Meinung, das wäre viel teurer geworden. Obwohl dazwischen die Inflation war, die es beim Schilling genauso gegeben hat, nur halt nicht so offensichtlich.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Normaler Alltag. Da hatte ich nie große Probleme und jetzt erst recht nicht mehr.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Bei größeren Anschaffungen, aber eher spaßhalber. Wenn man sich etwas Größeres kauft und da in Schilling noch ein paar Nullen mehr dran hat, dann sagt man „Boah, jetzt habe ich mir aber etwas Großes geleistet!“ (lacht).

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Bei der Umstellung wohl schon, ja.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Beim Fortgehen, generell in der Gastronomie. Ich glaube, die Umstellung wurde dankend angenommen. Es wird jetzt ganz anders gerundet als früher.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Es gibt viele Lebensmittel des täglichen Bedarfs, die entweder billiger oder nicht wirklich teurer geworden sind. Konkret vielleicht noch Computer, Fernseher und Elektronik, da ist fast alles deutlich billiger geworden.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Sehr viel. Mit der persönlichen Kaufentscheidung kann man schon sehr viel beeinflussen. Wenn jeder sagt: „Produkte, die nicht nachhaltig hergestellt sind, die kaufe ich nicht“, dann kann man da schon eine Änderung herbeirufen. Man kann mit Petitionen durchaus Druck auf die Firmen ausüben. Die Firmen haben ja gar kein Interesse daran, zum Feindbild für Umwelt und Gesellschaft degradiert zu werden. Das wäre schlecht fürs Geschäft.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja, auf alle Fälle.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Erstens kaufe ich lieber bewusst ein. Nicht einfach nur das Billigste und von möglichst weit her, sondern nur, was ich wirklich brauche und Produkte, die nicht so umfangreich verpackt sind. Ich versuche zB Autofahrten und so weiter so gering wie möglich zu halten und alles mit dem Rad zu machen. Ich kaufe gerne Produkte, die eine lange Lebenszeit haben und frei von irgendwelchen umweltschädlichen Stoffen sind. Sodass sie später problemlos recycelt werden können.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Fernreisen mache ich eigentlich eh nie. Das hat eher finanzielle Gründe. Auf regelmäßige Fernreisen verzichte ich sicher. Wenn ich mir aber alle zehn Jahre eine Fernreise gönne, dann ist das drinnen, wenn man im Alltag umweltbewusst lebt.

Verzichten Sie auch auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Unbedingt.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Das kann ich mir schon vorstellen (lacht). Tue ich ja auch. Aus Öko- und Finanzgründen. In der Stadt ist es einfach fast nie notwendig. Es gibt Fälle, wo man ein Auto braucht. Ich wäre für den Ausbau von Car Sharing. Ein Auto ausborgen, irgendwo abstellen und fertig.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Ja, ich bin begeisterter Handwerker und arbeite sehr gerne mit Holz. Das ist ein nachwachsender Rohstoff und Holzverarbeitung ist ziemlich umweltschonend. Sonst… Rad fahren, Mountain biken, Gesellschaftsspiele.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ich glaube schon. Die ganzen Kübel sind alle immer recht voll. Es ist ärgerlich, dass immer wieder Sperrmüll auf der Straße herumliegt. Dass es jemand einfach raus stellt, als dass er es auf den Mistplatz führt oder so. Ansonsten meine ich, dass es passt.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 11

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	35
Geschlecht	M
Beruf	Vertreter für Folien
Haushaltsgröße	2
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 2.000 und € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule mit anschließender Lehre

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich bin da recht anspruchslos, wenn ich einkaufen gehe. Das ist mir nicht so wichtig, also denke ich da auch nicht sonderlich viel darüber nach. Unser Billa ist schlecht geführt, da stehen oft hunderte Leute an einer Kassa. Die Mitarbeiter müssen oft zur Kassa gerufen werden, damit da was weiter geht. Das ärgert mich dann. Ich stelle ansonsten keine hohen Ansprüche ans Einkaufen.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

„Hoffentlich stehen nicht so viele Leute an der Kasse“, denke ich mir da. Klar könnte man sich die Zeit so einteilen, dass man immer dann Einkaufen geht, wenn erfahrungsgemäß wenige Leute unterwegs sind, ich habe aber keine Lust das so genau zu planen und mich da nach den Anderen zu richten. Ich gehe da lieber spontan und je nach Bedarf.

Wie oft gehen Sie pro Woche einkaufen und wo gehen Sie da hin?

Ich gehe meistens zum Billa, je nach Bedarf. Ich bin ein Spontaneinkäufer und überlege mir, was ich jetzt brauche. Ohne Einkaufsliste. Öfter als zwei- bis dreimal die Woche gehe ich nicht einkaufen. Meistens gehe ich zum Billa und nur ganz selten zum Hofer.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Angenehm ist die Produktauswahl, die wir mittlerweile haben, speziell in den größeren Läden. Sonst wüsste ich nichts, was beim Einkaufen angenehm sein soll. Lästig ist das Einkaufen an sich. Es ist schade um die Zeit, die dadurch verplempert wird. Ganz besonders, wenn man minutenlang an der Kassa warten muss, bis man endlich dran kommt. Das stressige Ein- und Ausräumen und Bezahlen ist nervig.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Du kriegst heute wirklich alles, die Auswahl ist sehr umfangreich. Mich stört, dass es mittlerweile unverschämt teuer ist. Beim Merkur oder Interspar stört mich, dass sie zu groß sind. Wenn man was vergessen hat, muss man lange Laufwege in Kauf nehmen.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Eher zu groß. Ich bin ein ziemlich achtloser Einkäufer. Manche Leute, eher ältere, sind sicher überfordert in den gängigen Kaufhäusern. Es ist nicht notwendig, soviel Auswahl zu haben. Das ist eine offensichtliche Förderung des Konsumwahns. Man wird zudem mittels Kundenkarten zu intensiverem Konsum verleitet. Nicht nur, dass sie damit Daten über dein Kaufverhalten bekommen, du wirst auch dazu verleitet noch mehr zu kaufen. Am Ende wird dann vielleicht mehr gekauft, weil es eben günstiger ist. So gesehen ist es nicht wirklich eine Ersparnis, weil es sich dann ausgleicht.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Pflegeprodukte sind ein Extrembeispiel. Mir fällt nichts ein wo ich gerne mehr hätte, es gibt alles im Überfluss, egal in welchem Geschäft.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Eher ersteres. Beim Diskonter geht’s noch. Beim Billa und beim Spar zahlt man für die Einrichtung und das Personal mit und das kostet natürlich. Lieber weniger Auswahl, aber dafür weniger zahlen, finde ich.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ich schaue überhaupt nicht darauf, manchmal wird es mit der Kennzeichnung sogar übertrieben, insbesondere wenn es um Bioprodukte geht. Ich fühle mich nicht in der Lage das zu verifizieren. Weniger Angaben würden mir auch reichen. Ich glaube nicht, dass das alles stimmt was da oben steht, da zweifle ich stark an der Zuverlässigkeit der Angaben.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Da habe ich überhaupt kein Problem, weil ich da nicht sehr anspruchsvoll bin. Mir ist das nicht wirklich wichtig, was da so oben steht. Ich lese mir bestenfalls bei den Fertiggerichten durch, wie viele Minuten die Zubereitungszeit beträgt usw., aber das wäre es dann auch gewesen.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Der Preis sollte übersichtlich angeschrieben sein. Ich will immer sofort erkennen können, welcher Preis zu welchem Produkt gehört.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	5
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	3
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	5

Wichtige Anmerkungen: Herkunftsland ist bei Gemüse und Obst wichtig, ansonsten nicht so. Ich finde den ökologischen Fußabdruck wichtig, aber ich schaue nicht darauf.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich finde die Einführung von Gütezeichen an und für sich gut, aber es gibt zu viele, da verliert man den Überblick. Die sind mittlerweile nicht mehr so wirklich aussagekräftig. Ich denke, es achten immer mehr Konsumenten darauf, ich gehöre aber nicht dazu. Die Mehrheit achtet wahrscheinlich nicht darauf.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Ja!Natürlich, AMA-Gütezeichen, Fairtrade. Ich kenne sicher noch viel mehr, aber wenn Sie mich jetzt so fragen, dann fällt mir nicht viel mehr ein.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Ja!Natürlich ist ein Zeichen für gute Qualität für mich, daran orientiere ich mich. Nach Fairtrade suche ich nicht, aber es ist ein Bonus. Da ist dann die Kaufwahrscheinlichkeit und Zahlungsbereitschaft größer.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Schon ein bisschen, bei solchen Sachen weiß ich eher was ich will, da kaufe ich gezielter ein. Ich gehe da nur einkaufen, wenn ich weiß, ich brauche was. „Einkaufen“ habe ich vor, das passiert mir nicht einfach so. Ich weiß vorher immer genau was ich brauche, es kommt fast nie vor, dass ich mich einfach so zum Spaß umschaue. Ich gehe nicht gerne einkaufen.

Möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen, oder kann man hierbei doch auch von einem Erlebniseinkauf sprechen?

Ersteres. Das ist immer zweckgebunden. Ich habe keine Geduld für sowas. Mir ist die Zeit dafür zu schade, es macht mich nervös.

Gibt es da Unterschiede, wenn wir uns zB den Einkauf von Gewand oder Elektronikprodukte ansehen?

Eigentlich nicht. Das ist in beiden Fällen so.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	3
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	1
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	4
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	5

Wichtige Anmerkung: Marke sollte bekannt sein, ist aber nicht so wichtig. Die Benutzerfreundlichkeit ist natürlich ganz wichtig, denn ich brauche nichts Superkompliziertes. Ökologische Aspekte finde ich nicht unwichtig, aber es ist kein Kaufkriterium für mich.

2.1 Kaufentscheidung und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Ich kaufe mir selten etwas Großes. Das letzte war meine Schlafzimmereinrichtung, soweit ich mich erinnere.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Ich habe verschiede Prospekte verglichen oder bei diversen Händlern Ideen gesammelt.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Selbstverständlich. In den Prospekten, aber eh auch bei den Händlern.

Weswegen wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Meine alten Möbel haben mir nicht mehr gefallen, ich wollte ein neues Erscheinungsbild meines Schlafzimmers.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Das Aussehen war am wichtigsten. Dicht gefolgt vom Preis. Je mehr man sucht, desto anspruchsvoller wird man, darum wollte ich nicht zu lange überlegen.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Ja, das habe ich mir durch den Kopf gehen lassen. Einen möglichen Sponsor zu finden in der Familie war eine Option.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben (vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche)?

Vier Wochen ca.

Und wie lange hat es gedauert bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben (vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf)?

Das geht dann recht schnell. Eine Woche maximal.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes?

Es waren Ikea Möbel und da gab es fast keine Probleme. Der Zusammenbau war für den Preis in Kauf zu nehmen. Die Montage war mühsam, aber wirkliche Probleme gab es keine.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen, oder in diesem Fall: die Montageanleitung?

Ja sicher, sonst wäre ich daran gescheitert. Sonst wäre der Kasten heute noch in der Schachtel.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Man könnte die Anleitung in kleinere Schritte unterteilen, damit das Ganze verständlicher wird. Es war zB nichts darüber zu lesen, dass man die Schutzfolie abziehen soll. Ich habe mich gewundert, warum die Wände blau sind, bis ich von selbst darauf gekommen bin, dass man die Folie nach der Montage abziehen muss. (lacht)Ehrlich gesagt: Ich bin nicht von selbst draufgekommen, sondern ins Geschäft gefahren und die haben mir das dann gesagt.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja, sicher.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Hat alles super funktioniert. Auf Amazon.at bestelle ich manchmal CDs, Bücher, DVDs usw. Hin und wieder suche ich auch etwas auf eBay. Auch bei der Bekleidung hat die Bestellung an sich immer gepasst, aber die Bekleidung selbst hat mir nicht gepasst. Die konnte ich aber problemlos wieder zurückschicken.

Wie häufig nutzen Sie das Internet dafür?

Ich mache das öfters, das kommt ein- bis zweimal im Monat vor.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Keine Probleme, es hat immer alles reibungslos geklappt. Ich gehe keine Risiken ein und bestelle nur bei renommierten Händlern.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Vorteile sind, dass du dir den Einkaufsstress sparst und von zu Hause aus einkaufen kannst und dann dein Paket zugeschickt bekommst. Aber die persönliche Beratung fällt weg. Informationen gibt es aber auch im Internet. Es ist irrsinnig angenehm, da man viel Zeit spart. Es kann aber Datenschutzverletzungen geben und man muss zu viel von sich preisgeben. Daten werden missbraucht oder es kommt zu Betrug.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Naja… Ich glaube, das muss man nach Generationen unterteilen. Die jetzigen Pensionisten sehen das sicher nicht so wie die Jungen, denn sie kaufen sich Dinge für längere Zeit. Ältere haben es so lange bis es kaputt geht und die Jungen suchen schon vor Ende der Haltbarkeit nach neuen Sachen.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Ich glaube, die Haltbarkeit passt, wenn man das ganz verallgemeinert betrachtet.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	3	3
Bekleidung	5	5
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	5	10
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	10	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	10	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	5	5
Computer	4	10
Mobiltelefone	2	2
Pkw	5	5

Wichtige Anmerkungen: Ich trage selten etwas bis es wirklich auseinander fällt. Ich bin da nicht so sentimental. Gegenstände haben keinen Liebhaberwert für mich. Wenn man besser aufpasst, dann hält ein Computer auch sehr lange. Immer eine Frage der Pflege. Meine Einschätzung der Lebenserwartung bei Fahrzeugen ist sicher viel niedriger als bei anderen Menschen, denn ich fahre sehr viel.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Langlebigkeit wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mein Kühlschrank ist mir noch nie eingegangen, ich kann mich gar nicht erinnern, wann wir den gekauft haben, das ist schon viele Jahre her. Und der Geschirrspüler hält sicher schon 8 Jahre. In beiden Fällen weiß ich die Marke nicht.

Haben Sie auch ein Negativbeispiel?

Mit meinem Trinkrucksack war ich unzufrieden, der hatte von Anfang an ein Leck. Das war auf jeden Fall kein Markenprodukt. Bei mir geht immer alles recht schnell kaputt, leider. Sonst fällt mir nichts ein.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Naja, eigentlich nicht. Die Reparaturen sind meist teurer als eine Neuanschaffung. Es ist eigentlich nicht notwendig.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Ich glaube, dass das Reparieren stark zurückgeht und der Neuanschaffung weicht.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Konsumentenschutz ist Schutz der Konsumenten vor ungerechtfertigten Preisen und ungerechtfertigtem Anbieterverhalten. Die Einhaltung von Pflichten der Anbieter hinsichtlich Beratung und Reklamation ist sicher auch ein wichtiger Punkt.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

An die Wirtschaftskammer, oder? Bzw. an die Arbeiterkammer, oder den Verein für Konsumentenschutz.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Konsumentenschutz ist eh überall wichtig. Sobald ich etwas konsumiere, also überall. Sobald es um Geld geht. Das ist in allen Bereichen wichtig.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	1
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Ich war selbst einmal Vertreter und bin von Haustür zu Haustür gezogen, deswegen weiß ich, wie wichtig Konsumentenschutz in diesem Bereich ist. Für mich als Konsument hingegen spielt das weniger eine Rolle, da ich selbst nichts von solchen Vertretern kaufe, die haben keine Chance bei mir.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ich habe keine Informationen eingeholt, weil ich keine Probleme hatte. Ich konsumiere generell wenig.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nein. Informationen hole ich je nach Bedarf ein.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja, absolut! So Anfang Mittelschule, so ab 12, wenn sie anfangen selbst Geld auszugeben.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Ich finde es sehr lästig. Ich weiß eh was ich brauche und wenn ich etwas haben will, dann informiere ich mich selbst. Ich lasse es nicht zu, informiert zu werden, ich schalte da ab. Werbung aus dem Briefkasten werfe ich gleich weg, ohne überhaupt hinzuschauen. Ich versuche generell Werbung aller Art zu ignorieren, so gut es geht. Ganz gleich ob das jetzt Zeitschriften, Plakate, Radiowerbung oder sonst was ist.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja, auf jeden Fall. Sehr stark.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Ja sicher, aber mir fällt gerade kein Beispiel ein. Ich selbst falle mir da ein. Ich habe einen elektronischen Bauchgürtel gekauft, den ich in der Werbung gesehen habe. Da habe ich mich beeinflussen lassen, obwohl ich sowas nicht gebraucht habe.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil sie einem etwas als positiv und notwendig verkauft. Nach einer guten Werbung hast du das Gefühl, dir fehlt twas. Kinder sind sehr empfänglich und sicher tendenziell eher Frauen.

Sie haben es bereits angesprochen: Was meinen Sie also, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Sehr stark.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja. Bekannte, Freunde und Familie. Nachbarn nicht. Zu den Nachbarn suche ich den Kontakt nicht.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

In der Familie… schwer zu sagen, immer wenn es mir angeboten wird. Manchmal frage ich selbst danach. Das kommt einmal im Jahr vor, aber nicht viel öfter.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Aufs Einkommen ist in unserer Gesellschaft am allerwichtigsten, daraus leitet sich alles andere ab. Man achtet ansonsten darauf, ob Menschen zuhören können und ob sie ehrlich sind. Das soziale Miteinander gewinnt an Stellenwert. So hoffe ich, sonst geht alles den Bach runter.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Ich kann mir nicht vorstellen, dass sich da seit meiner Geburt etwas Wesentliches geändert hätte.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Die sind zufrieden. Den Eindruck habe ich schon.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Mir geht was ab. Definitiv.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Eine neue Wohnung wegen unserem Kind, das bald auf die Welt kommt. Eine größere Wohnung. Das wäre das Wesentlichste. Darauf müssen wir erst noch hin sparen.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist.

Meine Schwägerin ist dem Konsumwahn verfallen.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Sie kauft Dinge, obwohl sie die nicht braucht und sich eigentlich nicht leisten kann. Das finde ich krankhaft.

Weshalb glauben Sie tut Sie das?

Das wüsste ich auch gerne. Vielleicht fühlt sie sich dann eine Zeit lang besser, keine Ahnung.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Ich brauche nur die grundlegenden Sachen. Ich bin zu bequem, mich damit auseinander zu setzen. Und überhaupt bin ich ein sehr genügsamer Mensch.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein. Es gab keinen Anlass.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Stoppt diesen Konsumwahn. Ich habe es eh schon angesprochen: die viele Werbung, die Kundenkarten, das riesen Angebot… das muss alles nicht sein. Das Glück ist im Inneren und nicht im Äußeren.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	2
Nachbarn	4
Verkehrsanbindung	1
Lärm	4

Wichtige Anmerkungen: Meine Nachbarn sind alte Leute kurz vor dem Sterben. Zu denen habe ich keinen Kontakt und den will ich auch gar nicht. Einen Verrückten haben wir auch noch im Haus. Ich hätte gerne coole Nachbarn.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

5 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Nein. Würde ich gerne, das geht aber nicht. Finanziell.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Passt. Genug Geschäfte in jeder Hinsicht. Wir benötigen kein Auto, um einkaufen gehen zu können.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Das Angebot ist auf jeden Fall breiter geworden. Als Konsument hast du fast nur Vorteile. An und für sich bin ich aber eher ein EU-Gegner.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Wir haben die politische Unabhängigkeit verloren und bekommen Vorgaben aus Brüssel. Der Zustrom aus benachbarten Ländern ist merklich gestiegen. Die Einführung des Euro hat die Inflation vorangetrieben. Der Euro ist wesentlich weniger wert, als es der Schilling war.

Fallen Ihnen noch ein paar Vorteile ein?

Wirtschaftliche Vorteile sind sicher gegeben. Wirtschaftliche Abläufe werden erleichtert. Eine Einheitswährung ist angenehm für Reisende und Einkäufe im Ausland. Das Fallen der Grenzen, aber eben nur für Reisen. Die Kriminalität hat zugenommen wegen der Grenzöffnung.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Skeptisch. Ich habe eher ein schlechtes Gefühl. Ich glaube, dass die Euro-Zone zerfällt. Ich weiß nicht wie es weitergehen könnte. Sowas gab es in dem Ausmaß noch nie, also so eine massive Krise in Europa.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Schlechte Erfahrungen. So ziemlich alles ist nun teurer.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Keine Probleme. Also mit der Umstellung hatte ich keine Probleme.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Nein, niemals. Das sollte man nicht machen, da sieht man wie teuer wirklich alles geworden ist.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Grundnahrungsmitteln und in allen wichtigen Bereichen.

Was wären das für wichtige Bereiche?

Das übliche. Wohnung, Auto, Strom, Gas.

Glauben Sie, dass die Verteuerung in erster Linie auf den Euro zurückzuführen ist, oder hat das eher andere Gründe?

Die Verteuerung liegt in erster Linie am Euro und die Preissteigerungen sind schwer nachvollziehbar, besonders am Anfang war es schwierig.

Gibt es nicht vielleicht doch etwas, das billiger geworden ist?

Wüsste ich nicht.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Man kann bei der Produktauswahl darauf achten, woher etwas kommt und wie es hergestellt wird, oder ob es Kriterien der Umweltverträglichkeit erfüllt. Ansonsten…. Müll vermeiden, Müll trennen, gezielter Auto fahren, unnötige Autowege vermeiden. Innereuropäisch Bahnfahren statt fliegen. Solche Sachen halt.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ich wäre schon bereit, aber ich tue es nicht. Beim Autofahren wäre Potential vorhanden, aber wegen der Arbeit lässt sich da nichts tun. Ich würde auf Konsum verzichten so ganz allgemein. Ich würde auf Obst verzichten zB, dass bei uns nicht wächst zur jeweiligen Jahreszeit, aber ich bin da nicht

konsequent genug. Ich würde prinzipiell noch mehr machen, als ich aktuell tue… Die anderen müssten auch mitmachen und ihren Beitrag leisten, sonst bringt das wenig.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Ersteres nicht. Zweiteres schon.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Nein, kann ich nicht. Berufswegen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Ja, Mountainbiken. Spazierengehen und Laufen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Nein überhaupt nicht. Erst vorgestern waren wieder Plastiksackerl im Papiercontainer. Oder Styropor. Oder generell, dass es in den falschen Containern landet. Fragen Sie mich aber jetzt bitte nicht, ob die Leute zu bequem oder zu dumm dafür sind, die Frage kann ich nämlich beim besten Willen nicht beantworten.

Ich bedanke mich für das Interview!

Transkript # 12

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	36
Geschlecht	W
Beruf	Shiatsu-Praktikerin
Haushaltsgröße	3
Kinder unter 18 im Haushalt	1
Wohngegend	Land
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 2.000 und € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Universität, Akademie, Fachhochschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Im nächstgelegenen Supermarkt *(Anmerkung: Billa)* fühle ich mich nicht so wohl, denn der ist nicht gut bestückt. Er ist zu klein und er hat nicht die Produkte, die ich brauche. Da gibt es fast keine Bioprodukte und die Qualität lässt zu wünschen übrig. Zumindest bei dem Billa ums Eck. Wenn man sich Früchte kauft, sind die am nächsten Tag schon schlecht, ist mir aufgefallen. Oder wenn ich einen Spinat brauche, kann ich fast sicher sein, dass der dann eh wieder nicht dort ist. Sie bestellen viele Produkte nicht nach und das Obst und Gemüse scheint mir nicht immer das frischeste zu sein.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Nichts. Was soll mir durch den Kopf gehen? Wenn ich einkaufen gehen muss, dann gehe ich einkaufen, da denke ich vorher nicht großartig darüber nach. Ich bin eher eine Spontaneinkäuferin und ich schreibe keine Einkaufslisten, außer es kommen Gäste und ich habe größere Besorgungen zu erledigen. Ich gehe einkaufen und schaue einfach worauf ich Lust habe.

Wie oft pro Woche erledigen Sie Ihre Einkäufe?

Ca. dreimal in der Woche gehe ich Einkaufen. Entweder zum Billa, wenn es schnell gehen muss, oder zum Spar oder Hofer. Spar und Hofer sind mir lieber, aber die sind weiter weg, deswegen fahre ich mit dem Auto oder dem Moped dorthin. Wenn ich mir mehr Zeit zum Einkaufen nehmen möchte, dann fahre ich zu diesen beiden Supermärkten.

Was ist dabei <u>angenehm</u> für Sie und was empfinden Sie als <u>störend</u> und <u>lästig</u>?

Lästig sind die Wartezeiten bei der Feinkostabteilung. Lästig ist auch, wenn man eine zweite Kassa aufrufen muss. Angenehm ist, dass ich aus mehreren Produkten wählen kann. Wenn etwas Bestimmtes, das ich suche, nicht da ist, dann ärgere ich mich. So alles in allem habe ich eher Spaß

am Einkaufen, als dass ich es lästig finden würde. Man muss halt einkaufen, ob man will oder nicht, also weshalb sich darüber ärgern?

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Eh zufrieden eigentlich. Es ist besser geworden in den letzten Jahren, weil verstärkt Bioprodukte angeboten werden und es generell mehr Auswahl gibt bei einzelnen Produkten.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Weder noch, sie könnte sich aber sicher noch verbessern, gerade bei Bioprodukten und saisonalen Waren, wie Obst und Gemüse. Ich brauche aber keine Erdbeeren im Winter. Ich hätte einfach gerne eine größere Auswahl an schadstofffreien Bioprodukten aus Österreich. So insgesamt ist die Auswahl aber ausreichend.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Es gibt hunderttausende Joghurts, aber leider nur eine Sorte Soyajoghurt oder laktosefreie Joghurts. An und für sich hätte ich gesagt: „Je mehr Auswahl, desto besser“. Also für den Konsumenten ist die Auswahl sicher nicht schlecht. Ich brauche nicht so viel Auswahl, aber wenn sie vorhanden ist, dann ist es mir auch recht. Es stört mich ja nicht. Wenn es mehr Auswahl gibt, habe ich eben die Möglichkeit mir ein für mich passendes Produkt herauszusuchen. Die ordentliche Kennzeichnung der Produkte ist mir aber weit wichtiger, als die Auswahl.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Da behalte ich schon den Überblick. Das ist sicher kein Problem.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ja, definitiv. Was wirklich drinnen ist fehlt oft. Das wird oft so schwammig hingeschrieben und die Konsumenten, die sich nicht damit auseinandersetzen, die kennen sich nicht aus. Die ganzen E-Nummern sind fast auf jedem Produkt angeschrieben, aber es wird nicht erklärt, was das ist und was sie auslösen. Man muss es zwar drauf schreiben, aber keiner weiß, dass das eigentlich schädliche Stoffe sind. Niemand erklärt einem das. Ich habe da so ein Heft… Wenn man sich das anschaut, dann wird einem schlecht.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Bei mir schon, weil ich da genauer darauf schaue. Ich lese mir das meistens durch. Die Information ist oft versteckt und sehr klein angeschrieben, das ist besonders für ältere Leute ein Problem. Die kennen sich dann doch gar nicht aus, was das alles heißen soll. Obendrein gibt es so viele Siegel, die keinem etwas sagen. Wer soll denn da überhaupt noch den Überblick behalten? Das bringt nur Verwirrung!

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Ich wünsche mir mehr Information! Es gehört ein einheitliches Gütesiegel her, wo man sich dann auch wirklich sicher sein kann, dass das Produkt umfassend geprüft wurde. Und nicht hunderttausende Siegel, die eh keinem etwas sagen.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	4
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Wenn ich nur Bioprodukte nehme, dann sollten die hoffentlich eh umweltverträglich sein.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Nein, viel zu wenig. Es gibt sicher einige, die darauf schauen, aber das sind wenige im Verhältnis. Die meisten achten auf nichts anderes als den Preis. Nehmen wir nur die spanischen Erdbeeren her: da weiß man eh, dass die schlecht sind, da sind viele Pestizide drauf und von den weiten Transportwegen brauchen wir ja gar nicht erst reden. Wenn es dann aber heißt „Nimm 2, zahl 1!“, dann greifen alle zu! Keinen interessiert es plötzlich mehr, dass sie gespritzt sind und Allergien auslösen können.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das AMA-Gütezeichen, Fairtrade, das Austria Gütezeichen und das Ja!Natürlich, falls das auch ein Gütezeichen ist.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Das Ja!Natürlich. Das AMA, denn wenn das nicht drauf ist, dann bin ich eh schon misstrauisch. Wenn das Fairtrade drauf ist, dann ist das sicher nicht schlecht. Das ist eben ein Bonus, das haben aber nicht viele Produkte.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja (lacht). Es macht mir mehr Spaß. Das Essen muss ich kaufen, um zu überleben. Man will ja schließlich nicht verhungern. Aber bei Kleidung ist es ja schön, sich etwas Neues zukaufen. Da hat man das Gefühl, sich selbst etwas zu gönnen. Auch bei einem Flachbildfernseher freue ich mich, immerhin habe ich länger etwas davon. Essen ist ja gleich verbraucht. Über eine Jeans freue ich mich sicher mehr, als über ein Milchpackerl.

Also kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen und Sie möchten den Vorgang nicht so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Richtig. Also ich würde jetzt nicht gleich „Erlebnis“ sagen, aber Einkaufen ist für mich teilweise auch entspannend. Außer, wenn zu viele Leute unterwegs sind, zb in der Weihnachtszeit. Man muss sich halt je nach Möglichkeit Zeiten aussuchen, in denen weniger los ist. In Elektronikläden stresst es mich ein bissl, speziell in den größeren. Weil wenn ich etwas brauche, finde ich es nicht und dann ist wieder niemand da, den ich fragen kann. Und da ist mir das Angebot doch zu viel, weil ich mich nicht auskenne und da bin ich dann doch überfordert. Letztens wollte ich mir einen Flatscreen kaufen, da waren ca. 20 da, alle in derselben Preiskategorie und ich wusste nicht, was der eine jetzt besser kann als der andere. Da kann ich dann nur einem Verkäufer vertrauen, sofern ich einen antreffe. Ich kenne mich bei Technik ja auch nicht so gut aus.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	2
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	1
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	2
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	4

Wichtige Anmerkungen: Da redet man über Bio und dies und das, aber es ist eh traurig, dass ich da nicht so drauf schaue. *(Anmerkung: betrifft Ökologische Aspekte)*

2.1 Kaufentscheidung und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Ein Bücherregal beim Mömax vor ca. einem halben Jahr.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Ein bissl im Internet und ich war in drei verschiedenen Einrichtungshäusern.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Preisvergleiche nicht wirklich, ich habe eher darauf geschaut, dass ich die Qualität und das Aussehen finde, das ich mir vorgestellt habe.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Mein altes Regal war schon teilweise kaputt und ich wollte mein Zimmer neu gestalten. Das alte Regal war schwarz, das neue ist weiß… Ich habe das für meinen Shiatsu-Raum gebraucht und wollte das schnell erledigen.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Eine Kombination aus Qualität und Aussehen und am Ende natürlich auch noch der Preis.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt <u>schenken</u> zu lassen?

Nein, nein, habe ich nicht.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben (vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche)?

Eine halbe Stunde. Bei mir geht das sehr schnell. Ich habe mir gedacht „ich brauche ein Bücherregal“ und kurz darauf habe ich ins Internet geschaut, ob ich da was finde. Also auf die Homepages von verschiedenen Herstellern. Am nächsten Tag bin ich dann auch schon zum Ikea gegangen.

Und wie lange hat es gedauert bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben (vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf)?

Zwei Tage (lacht).

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Montage des Produktes? Wie sind sie damit umgegangen?

(lacht) ja, weil mein geliebter Ehemann lieber fernsehen wollte, als mir zu helfen und das Regal größer war als ich. Beim Aufstellen eines solchen Regals war ich überfordert, es ist ja auch dazu gedacht, dass es zwei Personen gemeinsam aufstellt und nicht eine Frau alleine. Aber ich habe es trotzdem geschafft.

Haben Sie die Montageanleitung gelesen?

Ja, das muss man, sonst hat man da keine Chance bei solchen Billigmöbeln. Das Montieren war kein Problem.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Es gibt immer etwas, das man besser machen könnte. Teilweise eine bessere Erklärung der Arbeitsschritte wäre wünschenswert gewesen.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja, eine Kamera. Einen Fotoapparat über eBay. Das war aber eine Ausnahme, ich bestelle nur selten etwas über das Internet.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht?

Die war gut, ja, die war in Ordnung. Ich bin aber misstrauisch, wenn ich die Produkte nicht vorher sehe. Ich bin da generell eher misstrauisch, wenn ich per Kreditkarte zahle, deswegen mache ich das so selten.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Ich hatte das nie. Nein, sowas ist bei mir noch nicht vorgekommen.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Wenn das Produkt fehlerhaft ist oder mangelhaft, dann habe ich teilweise vielleicht nicht die Garantie, dass ich das auch wieder zurückgeben kann. Speziell gerade auf eBay. Oder dass ich im Nachhinein draufkomme, dass das Produkt nicht den Erwartungen entspricht und nicht so ist, wie es

angepriesen wurde. Schlimmstenfalls mache ich eine Zahlung und kriege dann gar kein Produkt. Das sind halt diese ganzen Risiken bei der Garantie, der Rückgabe und der Qualität. Es kann immer rechtliche Schwierigkeiten geben.

Vorteile sind, dass ich vielleicht bestimmte Produkte billiger finde und auch Produkte beziehen kann, die ich in Österreich nicht finde. Es ist einfacher und geht schneller, weil ich nicht hundertausende Händler und Geschäfte abklappern muss. Ich kann besser vergleichen, habe mehr Vergleichsmöglichkeiten.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

(lacht) Was ist denn das für eine Frage? Ich unterhalte mich mit denen nicht so wirklich über solche Sachen. Meine Freundin *(Anmerkung: Name wurde entfernt)* schaut nicht so darauf, der sind die Sachen so „Wurscht“, da ist die Lebensdauer sicher eher niedrig. Die ist so unachtsam, der ist das egal wie lange ein Produkt halten sollte. Allgemein ist den Leuten die Haltbarkeit sicher wichtig.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Das passt schon, das hängt auch immer damit zusammen, wie der Mensch das Produkt behandelt. Mein Vater zB, bei dem wird fast jedes Produkt ein Leben lang halten, weil er übertrieben vorsichtig mit Allem umgeht. Bei mir hingegen ist das eher umgekehrt. Ich bin schon tendenziell eher zufrieden, da ich aber eher unachtsam bin, werden sie früher kaputt. Es kommt immer aufs Produkt an, teilweise liegt es aber sicher an mir, wenn ein Produkt kaputt geht.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	5
Bekleidung	4	8
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	30	30
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	5	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	15	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	8	10
Computer	8	8
Mobiltelefone	5	5
Pkw	12	12

Wichtige Anmerkungen: Schuhe kann ich Ihnen schwer sagen, denn Männerschuhe halten sicher viel länger als filigrane Frauenschuhe. Stöckelschuhe und andere feine Schuhe halten vielleicht eine Saison lang. Gerade bei Gewand kommt es sehr stark auf die Qualität an. Die Frage ist echt schwierig, weil es kommt halt immer auf die Qualität an *(Anmerkung: Betrifft Soll-Ist – Vergleich im Allgemeinen).*

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Langlebigkeit wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mein Geschirrspüler von Juno, den habe ich seit etwa 15 Jahren und der funktioniert noch super. Mein Mixer ist gleich rostig geworden nach einem halben Jahr. Den habe ich beim Tchibo gekauft. Marke TCM. Ansonsten habe ich aber keine schlechten Erfahrungen mit dieser Marke gemacht, nur eben dieses eine Mal.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Na sicher. Da muss ich mir nicht immer ein Neues kaufen und alles wegwerfen. Das ist notwendig.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Genau umgekehrt. Das geht leider immer mehr Richtung Wegwerfprodukte.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Das ist der Schutz des Konsumenten gegenüber dem Händler. Also, dass der Konsument geschützt wird in seiner Unwissenheit, zB vor Gefahren wie… Haustürgeschäften. Und wo es Garantien gibt und Rücktrittsrechte. Solche Sachen. Der Händler hat ja mehr Wissen als der Konsument, eigentlich. Man schützt den Konsumenten in seinem Unwissen. Gerade bei solchen Sachen wie Haustürgeschäften und Kennzeichnungen.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

An den Verein für Konsumentenschutz. An wenn würde ich mich wenden?... An meinen Anwalt… Die Arbeiterkammer gäbe es auch noch.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Bei Haustürgeschäften. Lebensmittel selbstverständlich. Genaue Kennzeichnung, etc.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	1
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Bei Urlaub und Reisen ist man eh in fremden Ländern unterwegs und da bringt mir das nicht viel, wenn ich zB keine Pauschalreisen buche und individuell reise. Ich selbst mache keine Haustürgeschäfte, aber ich möchte, dass alte Leute und solche, die sich damit nicht auskennen, geschützt sind. „Wohnung„ ist einstweilen nicht wichtig, aber eines Tages sicher sehr.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Nein, noch nie. Vielleicht eine Fernsehsendung gesehen, aber noch nie bewusst informiert. Es gab noch keinen Grund Informationen einzuholen.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Ja, ich habe Jus studiert, deswegen kenne ich mich in Rechtsfragen ganz gut aus.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Na sicher. Es ist schon gut, dass sie es früh genug lernen, so ab zehn, sobald sie das erste Mal einkaufen gehen und dann Schritt für Schritt das Wissen vertiefen.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Das nervt. Es nervt, dass es einfach viel zu viel ist, gerade im TV und Radio. Sie ist für totale Volltrottel gemacht. Man muss oft abdrehen, weil irgendjemand lallt, singt oder herumschreit. Das ist kaum noch zu ertragen, also die Blödheit der Werbung. Das ist teilweise schon echt krank. Es ist viel zu viel einfach. Bei Plakaten und in Zeitungen kann ich leichter wegschauen. Ich blättere mir ein paar wenige Prospekte durch, aber auch darauf kann ich gut und gerne verzichten. Ich schaue mir nur das vom Hofer an und so Einrichtungssachen.

Fühlen Sie sich nur belästigt oder teilweise auch informiert?

Es ist zu viel einfach. Bei der Masse an Information ist es fast schon unmöglich, sich da etwas Brauchbares herauszusuchen.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Jap. Das lässt sich nicht bestreiten.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Eine Freundin von mir hat eine Antifaltencreme gekauft, die sie in der Werbung gesehen hat. Die ist auf den Werbeschmäh hereingefallen.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Frauen und Kinder sind empfänglicher, glaube ich. Warum kann sie eine Wirkung erzielen? Weil sie einen großen Adressatenkreis hat. Vor der ZiB sitzen viele verschiedene Leute vor dem Bildschirm. Es werden schöne Bilder gezeigt – schlanke, hübsche Frauen. Ideale werden vermittelt. Es wird immer das angesprochen, was die Leute sich wünschen. Die Leute wollen schön und faltenfrei sein. Das spricht die Menschen an. Die Werbung erzeugt Wünsche und Werte.

Was meinen Sie wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Schon stark. Denen gefällt Werbung schauen. Die merken sich das auch und prägen sich die Werbebotschaften besser ein.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja, nicht an die Nachbarn, aber an Freunde, die in der Nähe wohnen. Natürlich auch an die Familie.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

So oft ich eben etwas benötige. Im Jahresdurchschnitt etwa einmal pro Monat.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Auf Freundlichkeit, Ehrlichkeit und Hilfsbereitschaft. In gewissen Kreisen wird sicher auch darauf geschaut, welche Bildung und Hobbys man hat und welchen Status jemand hat. Die Herkunft einer Person wird auch für den einen oder anderen wichtig sein. In manchen Kreisen wird sicher auch darauf geschaut, was man besitzt. Da gehört dazu: schöne Wohnung, Auto, Beruf... Ich schaue da nicht drauf.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Es wird mehr Wert auf das Materielle gelegt in bestimmten Kreisen. Auf Hobbys schaut man heute wahrscheinlich auch mehr als damals. Früher hat man mehr Zeit miteinander verbracht als heute. Es ging auch gar nicht anders. Früher gab’s keine Telefone, kein Fernsehen, kein Internet. Heute ist vielmehr der Zeitmangel gegeben.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche, und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Na denen geht es eh gut. Also wenn ich jetzt meine Bekannten anschaue. Meine Leute, die ich so kenne. Die sind schon zufrieden.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ja, ich bin eigentlich auch zufrieden.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ja, das wird es immer geben. Eine größere Wohnung oder ein Haus. Das lässt sich momentan nicht erfüllen. Wir müssen noch darauf sparen. Ich hätte gerne einen eigenen Garten, oder eine große Terrasse.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Nein, da kenne ich niemanden in meinem sozialen Umfeld.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Natürlich. Wenn eine Funktion vorhanden ist, dann will ich die auch nutzen, sofern ich sie gebrauchen kann. Leiser oder langsamer Schleudern bei der Waschmaschine ist sicher von Vorteil.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Bei der Telekom Austria vor vier oder fünf Monaten. Bei meinem Internetanschluss sind die einfach nicht zum vereinbarten Termin gekommen ohne abzusagen.

Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde? Wurde eine Lösung gefunden?

Ich habe angerufen und mich lautstark beschwert. Nach zehn Minuten konnte ich sie dazu bewegen unverzüglich einen Techniker zu schicken.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Gerade bei Obst und Gemüsen gibt es zu viel Angebot aus fremden Ländern, das ist nicht notwendig und nicht richtig. Die wollen Geld machen und die Leute kaufen das… das ist so… ich weiß auch nicht. Man muss halt darauf verzichten können, wenn das zu dem Zeitpunkt im eigenen Land nicht wächst.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	3
Wohnumgebung	4
Nachbarn	5
Verkehrsanbindung	1
Lärm	5

Wichtige Anmerkungen: Die Nachbarn sind alle deppert, wir haben da große Probleme. Die lassen ihre Eingangstüren offen und lassen ihre stinkenden Windeln am Gang liegen – vom Vater, der bettlägerig ist usw. Man hört in der Nacht die Züge und die Autos auf der Autobahn.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

14 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Ja, aus genannten Gründen. Es ist uns hier zu laut.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein, das passt. Also in Baden hat man eh genug Einkaufsmöglichkeiten, außer man wohnt ganz weit draußen, wie meine Eltern. Freilich brauchen wir dafür unser Auto. Bei kleineren Einkäufen kann ich aber auch mit dem Moped fahren. Im Ort haben wir halt unseren Billa.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Es gibt mehr Produkte, aber dafür mehr Fehlerquellen und ein Durcheinander bei der Information. Es gibt halt mangelhafte oder zu viele verschiedene Informationsquellen. Länderabhängige Kennzeichnungsprobleme und Unstimmigkeiten. In anderen Ländern müssen die Lebensmittel vielleicht nicht so gut gekennzeichnet sein wie bei uns und trotzdem stehen sie bei uns im Regal. Man weiß einfach nicht mehr was man glauben darf und was nicht. Einige Verbote, Richtlinien und Gesetze für Europa sind schauderhaft, zB das mit den Glühbirnen, oder die Gurkenkrümmungsproblematik.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Vorteil ist, dass ich in anderen Ländern mit der gleichen Währung zahlen kann und dass ich als Urlauber einige Grenzen schneller passieren kann. Österreich als kleines Land hat sicher wirtschaftliche Vorteile, das kann man nicht leugnen.

Negativ sind die offenen Grenzen, die sind eher ein Nachteil als ein Vorteil, hätte ich gesagt, weil jetzt alle herein kommen. Man sieht das eh täglich mit den Schlepperbanden, du hast halt viel weniger Kontrollmöglichkeiten mittlerweile. Europa wird immer größer, dann machen sie die Grenzen auf und die Kriminellen kommen herein. Dann noch die Einmischung der EU. Ein Land sollte mehr unabhängig sein dürfen. Beispielsweise das mit den Glühbirnen, das ist einfach ein Wahnsinn. Die sollen eher darauf schauen, dass die eingeführten Lebensmittel unseren nationalen Standards entsprechen müssen. Stattdessen streichen sie Namen und machen sich Sorgen über Gurkenkrümmungen… nebenbei cashen sie unser Geld ab. Es ist nicht machbar, dass immer mehr Länder in die Krise kommen und andere dafür zahlen müssen. Das wird irgendwann nicht mehr möglich sein. Ich kann mir aber kaum vorstellen, dass der Euro abgeschafft wird und jeder seine alte Währung zurück bekommt. Aber es wird sicher noch viele Krisen und Probleme geben.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber?

Eher negativ. Ich finde, dass sich die EU zu viel einmischt. Mehr Souveränität und mehr Eigenständigkeit der Nationalstaaten müssen doch möglich sein. Gerade wenn es Konsumgüter betrifft. Ob ich jetzt Marmelade oder Konfitüre sage, dass muss mir nicht die EU sagen. Ich lehne diese Bevormundung strikt ab.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Viel, viel teurer. Schon vorher ist alles teurer geworden und durch den Euro noch zusätzlich. Bei unserem Wechselkurs ist das Verhältnis zum Geld anders geworden. Was früher tausend Euro gekostet hat, kostet jetzt 70 Euro. 70 ist einfach ein Betrag, den man leichter ausgibt, wenn man ihn hat. Es klingt halt anders als Tausend.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Mittlerweile eh gut, aber es hat lange gedauert. Die Cent-Münzen sind aber immer noch schwer unterscheidbar. Die gebe ich daheim in ein Glas und werfe sie dann alle paar Monate in den Münzautomat bei der Bank.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Bei größeren Beträgen, aber durch die hohe Inflation ist das eh schon bald hinfällig. Im Supermarkt rechne ich sowieso nicht mehr um.

Sie haben angemerkt, dass das Leben seit der Euroeinführung teurer geworden ist. In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Bei allen. Auf jeden Fall bei Lebensmitteln aber auch bei Mieten. Eine gewisse Inflation spielt sicher auch mit, aber der Euro trägt zur Verteuerung sicher mit bei. Die Löhne sind ja kaum gestiegen seitdem.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Elektrosachen und Bekleidung, weil es mehr Geschäfte gibt, die billiger, aber qualitativ minder anbieten.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Jeder sollte beitragen was er kann, das fängt an mit… sich einfach täglich Gedanken machen darüber, was man machen kann. Strom sparen. Nicht immer alle Lichter brennen lassen. Mülltrennung. Beim Produktkauf schon darauf achten inwiefern das recyclebar ist. Recyclebare Waren kaufen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Naja „verzichten“… das kommt darauf an. Ich bin sicher bereit auf Produkte zu schauen, die umweltverträglicher sind. Dort wo es geht, bin ich bereit zu verzichten, aber vieles ist halt einfach notwendig. Auf einen Computer kann ich nicht verzichten, aber der ist nicht wirklich recyclebar. Ich kaufe zB Plastikflaschen, denn die sind recylcebar. Ich kaufe zB keine Dosen.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Wenn ich mir ein neues Auto kaufe, werde ich sicher darauf achten. Auf Fernreisen – muss ich zugeben – habe ich noch nie verzichtet. Das gönne ich mir ein bis zweimal im Jahr.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Auf ein Auto zu verzichten kann ich mir nicht vorstellen, weil ich oft in die Stadt fahren muss. Ich kann mir aber vorstellen, öfter mit dem Fahrrad zu fahren oder öffentlich, je nach Möglichkeit.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Laufen, Yoga, Wandern, Skaten, Lesen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ja. Da gibt es eigentlich keine Probleme, soviel ich halt mitkriege. Die Leute hier trennen immer schön brav.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 13

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	39
Geschlecht	W
Beruf	Selbständige Heilmasseurin / Hausfrau
Haushaltsgröße	5
Kinder unter 18 im Haushalt	3
Wohngegend	Kleinstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 1.000 und € 2.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ein angenehmes Gefühl ist das eigentlich, weil ich sehr kommunikativ bin. Ich gehe eigentlich schon gerne einkaufen.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Dass ich hoffentlich nichts vergesse (lacht). Was ich vielleicht brauchen könnte für nächste Woche. Beziehungsweise wenn es Sonderangebote gibt, ob ich die wirklich brauche oder nicht.

Wie oft gehen Sie Einkaufen? Benutzen Sie ein Fahrzeug dafür? Schreiben Sie Einkaufslisten?

So ca. dreimal in der Woche kleinere Einkäufe. Es ist alles in der Nähe, also gehe ich zu Fuß. Ich schreibe eher Listen.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Das nette Personal beim Zielpunkt. Dass es gut sortiert ist. Positiv sind auch die langen Öffnungszeiten, speziell vor Feiertagen. Negativ sind die langen Schlangen bei der Kassa. Und dass es manche Produkte nicht mehr gibt. Das wird einfach nicht mehr angeboten. Jetzt vor Weihnachten diese Weihnachtsmusik, das ist etwas, das mich echt stört. Sonst stört mich die Musik weniger. Wenn es im Oktober schon Nikolaussachen gibt, dann stört mich das auch.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Ja schon. Die Auswahl ist gut.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Es ist für meine Bedürfnisse genau… das passt.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Mehr Auswahl… Nicht wirklich eigentlich. Zu viel Auswahl gibt es bei den Bioprodukten eventuell, denn die verwende ich nicht wirklich. Mehr fällt mir konkret nicht ein.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Durch das, dass ich weiß was ich will… es kommt halt auch darauf an wo man hingeht. Zum Beispiel beim Merkur, den empfinde ich teilweise als unübersichtlich. Da stehe ich vor dem Regal und bin überfordert, vor allem wenn was umgestellt wird. Wenn dort wo früher der Zucker war auf einmal was anderes einsortiert ist. Sonst passt das.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Es steht manchmal was verschleiert drauf. Zum Beispiel „ohne Zusatz von Geschmacksverstärkern“, dann ist da aber Hefeextrakt drinnen und das ist genauso ein Geschmacksverstärker. Es steht halt oft verschleiert drauf, sozusagen. Aber mehr Informationen brauche ich nicht. Was mir nur auffällt manchmal ist, wenn verschiedene Sprachen angeführt sind, dass es oft schwer ist, das Deutsche zu finden. Das steht dann oft an so einer komischen Stelle und… ja.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Vielleicht manches ein bisschen größer anschreiben oder, dass man gleich am ersten Blick sieht, ob es für Vegetarier geeignet ist. Das sollte gleich vorne stehen und nicht, dass ich erst hinten bei dem „Kleingefuzelten“ schauen muss.

Was würden Sie sich hier noch für die Zukunft wünschen?

Eh das was ich gesagt habe. Sonst könnte ich konkret nichts behaupten.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	2
Herkunftsland	3
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Wenn ich jetzt bei Putzmitteln schaue, dann ist mir da die Umweltverträglichkeit schon wichtig.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ja, ich denke schon.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das AMA-Gütesiegel. Fairtrade. Dieses Gen-Frei.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Es ist mir teilweise schon wichtig, ja. Das „Gen-Frei“, würde ich sagen, ist mir schon wichtig. Und dann bei Kosmetikartikeln, dass es ohne Tierversuche erzeugt wurde.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfs hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Schon ja. Ich überlege gerade, wie ich das formulieren kann. Weil ich mir da wirklich Zeit nehme, das ist ein bewussteres Einkaufen. Da nehme ich mir mehr Zeit zum Überlegen.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Ja, schon ein Erlebnis.

Wie sieht das konkret bei Bekleidung aus?

Da gehe ich eigentlich eher gezielter einkaufen. Nur zum Schauen gehe ich da nicht hin. Ich nehme mir aber dann schon die Zeit zum Herumschauen und Anprobieren.

Wie sieht das bei Elektronikprodukten aus? Ist es da ähnlich oder anders?

Da gehe ich auch nur, wenn ich wirklich was brauche. Da stöbere ich dann schon gerne und vergleiche. Das ist schon auch ein Erlebnis.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	3
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	1
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	1

Wichtige Anmerkungen: Das muss sehr benutzerfreundlich sein, denn ich bin technisch nicht sehr gut (lacht).

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Das war ein externes Backrohr.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Ich habe meinen Mann geschickt (lacht). Der war beim Händler und vorher habe ich auch im Internet geschaut. Sonst eigentlich nichts, nein.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Genau.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Das alte Backrohr war kaputt.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein, nicht wirklich. Es war dringend notwendig (lacht) und konnte nicht warten.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Wie soll ich sagen… das was das Gerät kann und die Funktionen, die dabei sind. Das eben primär und dann sekundär auch der Preis.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

(lacht) Ich glaube, drei Stunden.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Das kann ich schon sagen. Das waren, glaube ich, zwei Tage.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Das weiß ich noch nicht. Ich nehme mal an „nein“. Das ist sehr gut beschrieben.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja. Komplett.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Das ist eigentlich sehr schlüssig erklärt, das verstehe ich ganz gut (lacht). Bei dem Produkt gab es da meiner Meinung nach nichts zu verbessern.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Nein, noch nie. Ah, ohja. Schuhe. Bücher über Amazon.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Eigentlich gute Erfahrungen. Keine Probleme. Dreimal oder viermal im Jahr. In etwa.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Nein, Gott sei Dank nicht. Beziehungsweise… oder nein, eigentlich nicht.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Der Vorteil ist sicher der, dass es schnell geht und man sich nicht außer Haus begeben muss. Nachteil ist sicher der, dass man – unter Anführungszeichen – das Produkt nicht in Händen hat und es sich nicht im Original anschauen kann. Es ist sehr anonym halt. Ich kann Mängel erst nachher feststellen und nicht gleich vor Ort. Und ich kann es nicht gleich mitnehmen.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Ich glaube, eher zufrieden.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Das passt, würde ich sagen.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	5
Bekleidung	3	3
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	10	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	8	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	15	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	15
Computer	7	15
Mobiltelefone	10	10
Pkw	12	15

Wichtige Anmerkungen: Das ist natürlich relativ. Es kommt darauf an. Weil man es viel trägt und das viele Waschen und so… *(Anmerkung: betrifft Bekleidung)*. Da bin ich ein bissl überfordert *(Anmerkung: betrifft Pkw).*

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mein Herd, bis aufs Backrohr halt. Über 20 Jahre. Da muss ich schnell nachschauen. Ein Bauknecht.

Haben Sie auch ein Gegenbeispiel?

Der Geschirrspüler. Ich glaube, der hat nur drei Jahre gehalten. Ein Siemens, obwohl das an sich gute Geräte sind.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das nicht erforderlich?

Schlecht wäre es nicht. Ja, es wäre gut. Das ist sicher auch für die Umwelt nicht schlecht, wenn man die Sachen repariert oder reparieren lässt, anstatt sie auf den Müll zu werfen. Wenn man etwas reparieren lässt, dann ist das halt immer auch sehr teuer, nicht?

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Glaube ich nicht, dass das so sein wird. Ich glaube, das ist nur für eine gewisse Zeit konzipiert, sodass neue Geräte gekauft werden müssen.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass die Konsumenten informiert werden über gewisse Missstände, unter Umständen. So zum Beispiel Fleischskandale und Weinskandale, etc. Dass man das über die Medien mitbekommt. Oder wenn ich ein persönliches Problem habe, dass ich sage: „da habe ich eine Anlaufstelle, die können mir weiterhelfen!“.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Ich glaube, die Arbeiterkammer. Konsumentenschutz, glaube ich, gibt’s ja extra. Ich glaube, Konsumentenschutzverein oder so heißt der.

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Schwierige Frage (lacht). In dem Bezug, wenn Probleme in einem Geschäft auftreten, wo ich dann die Rechtsgrundlage hernehme… so auf die Art halt. Wenn eben der Händler meint, es wäre so, aber es stimmt nicht, dann kann mich der Konsumentenschutz aufklären, wie es wirklich ist.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	2
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	1
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Ja, dass Leute geschützt sind, wenn es wer macht. Dass er schaut, wie er da wieder rauskommt. Ich selbst mache keine, nein *(Anmerkung: betrifft Haustürgeschäfte).*

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Bei Bekannten vielleicht noch, ansonsten eigentlich nicht. Doch einmal, als das mit dem Internet meiner Tochter war. Die hat sich da einen Vertrag aufschwatzen lassen, obwohl sie noch minderjährig war.

Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht? Wurde eine Lösung gefunden?

Also das war ein persönliches Beratungsgespräch bei der Arbeiterkammer. Da wurde sehr gut geholfen und eine Lösung gefunden.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Dass ich sie gut kenne, vielleicht nicht sehr gut aber zumindest gut.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Finde ich weniger relevant, weil ich finde, das wäre Aufgabe der Eltern. Beziehungsweise ab einem gewissen Alter in der Oberstufe oder so. Da halte ich es dann schon für wichtig, ja. Wenn die Kinder dann alt genug sind.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Also diese Briefkastenwerbungen sind eindeutig zu viel. Teilweise im Fernsehen… da würde ich auch meinen.

Fühlen Sie sich belästigt oder informiert?

Teilweise wird man schon auch informiert, aber es ist halt auch zu viel dann. Prospekte nutze ich durchaus für den Einkauf. Vom Fernsehen werde ich eher belästigt. Ich gehe aus dem Zimmer und mache etwas, was ich während dem Film nicht machen möchte. Auf Plakate schaue ich eigentlich fast gar nicht hin. Die gehören zum Stadtbild und fallen mir nicht so auf. Ich schaue da fast gar nicht hin.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ich denke schon, oh ja.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Ja, meine Tante. Die kauft spezielle Putzmittel… die war speziell auf Putzmittel, sehr... Ich bilde mir ein, im Fernsehen hat sie die gesehen und dann eben gekauft.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Die ist sehr manipulativ. Es wird manchmal vermittelt, dass man das unbedingt braucht. Ich glaube, dass ältere Menschen eher… bzw. wieder Kinder. Die Kinder wollen naturgemäß alles haben was sie sehen. Ältere Menschen glauben vielleicht, dass es noch was Besseres gibt. Sodass sie glauben, dass sie das mal ausprobieren können und sollten.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Zumindest meine, ja (lacht).

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja. Meine Geschwister, würde ich sagen. Freunde auch. Zu den Nachbarn besteht jetzt nicht so der direkte Kontakt.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Ab und zu. Fünfmal im Jahr etwa.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Das ist schwierig zu formulieren. Die Hilfsbereitschaft, oder die Bereitschaft zu helfen. Unter Arbeitskollegen wird teilweise auf Besitz und Status geschaut. Ganz allgemein jetzt. Auch unter Jüngeren eher. In der Schule. Die, die jetzt älter sind, legen keinen Wert auf Mode und Technik, weil das eine ganz andere Generation ist.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Ja, da hat sich sicher was geändert. Und zwar, dass sehr viel auf Marken Wert gelegt wird. Früher war das nicht so ein Thema.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich glaube im Großen und Ganzen sind sie zufrieden.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Nein, ich bin zufrieden.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Urlaub in Griechenland. Momentan halt. Reisen allgemein. (lacht) Zur Entspannung und Erholung.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Da kenne ich Gott sei Dank niemanden.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Also eher die Basisfunktionen. Das kommt aufs Gerät darauf an. Beim Handy bin ich froh, wenn ich eine SMS schreiben kann. Beim Backofen bin ich froh, wenn der eine Heißluftfunktion hat, usw. Bei der Waschmaschine nutze ich schon die vielen Funktionen. Wenn die zB eine Ökofunktion oder Energiespartaste hat, usw.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Lassen Sie mich nachdenken. Nein, da hat es nichts gegeben.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Nein, da fällt mir konkret gerade nichts ein.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	1
Nachbarn	1
Verkehrsanbindung	1
Lärm	2

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

20 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein. Es ist Tiptop, alles da was man braucht. Vielleicht eine kleine Bäckerei wäre nicht schlecht. Das Auto ist fürs Einkaufen zum Glück nicht notwendig.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Dass alles teurer geworden ist. Oder vieles. Die Produktpalette ist größer geworden. Das ist halt das, was mir spontan einfällt.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Der Vorteil ist sicher der, dass man als EU Bürger nicht so strenge Grenzkontrollen hat. Dass man als EU Bürger in anderen Ländern arbeiten und wohnen kann, ohne da irgendwelche großen… was weiß ich wie man das nennt… dass das halt relativ einfach ist. Der Nachteil ist halt der, dass man nicht autonom als Land agieren kann. Mit der Währung war ich auch nicht so… ich meine, mittlerweile bin ich es eh gewohnt, aber die Währungsumstellung empfinde ich als negativ. Mehr weiß ich auch nicht.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Es überwiegt das gute Gefühl. Ich bin da schon optimistisch.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Dass ich sehr lange gebraucht habe, bis ich mich umgewöhnt habe.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Das geht eigentlich. Ich kann alles gut voneinander unterscheiden. Das ist, finde ich, ok.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Gelegentlich. Eher bei größeren Beträgen. Im Alltag wenig. Selten eigentlich.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Schon ja, weil was früher 100 Schilling waren sind jetzt 10 Euro. Das empfinden ich… weil 10 Euro sind ja nicht gleichzusetzen mit 100 Schilling, nicht? Das Empfinden ist halt… anders.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Ich würde sagen, in Punkto Lebensmittel. Bei Reisen vielleicht.

Glauben Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das eher andere Gründe?

Ich glaube, am Euro. Da will ich mich aber nicht festlegen.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Teilweise technische Geräte. Im Vergleich zu früher.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Schon Müll trennen. Energie sparen, so weit als möglich. Beziehungsweise umweltfreundliche Putzprodukte kaufen. Öfters aufs Auto verzichten. Das sage ich halt so, weil ich keines habe.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Verzichten vielleicht weniger, aber einschränken schon, wenn mir das plausibel erklärt wird und ich adäquaten Ersatz habe. Wenn es die Lebensqualität einschränkt, dann wird es schwierig, nicht?

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Ich verzichte in dem Sinn auf nichts. Höchstens, dass ich zB schaue, dass ich keine Plastiksackerl verwende. Wenn ich einkaufe gehe, habe ich immer einen Korb dabei. Ich muss ehrlich gestehen, darüber habe ich mir noch keine Gedanken gemacht. Ich kaufe halt einfach ein (lacht).

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Es wäre gelogen, wenn ich sagen würde „der Umwelt zuliebe“. Das kann man so eigentlich nicht sagen.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Kann ich mir vorstellen. Ich besitze ja keines, deswegen kann ich es mir umso besser vorstellen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Schwimmen, Rad fahren, lesen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Im Großen und Ganzen sind sie diszipliniert. Meistens sind die da brav. Meistens. Bierflaschen und Glas sind zB im normalen Müll. Oder Müll im Altpapier, weil kein Platz mehr im Papiercontainer ist. Der ist bei uns im Haus oft schnell voll.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 14

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	40
Geschlecht	W
Beruf	Apothekerin
Haushaltsgröße	4
Kinder unter 18 im Haushalt	2
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 2.000 und € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule mit anschließender Lehre

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Stressig. Das ist eher unangenehm.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Es ist eine Zeitfrage, nicht? Daher auch der Stressgedanke. Man hat immer dies und das zu tun und am Ende bleibt fürs Einkaufen nicht mehr so viel Zeit übrig. Oft kann man es aber nicht weiter hinausschieben und da muss das dann einfach erledigt werden.

Wie oft gehen Sie so ca. einkaufen pro Woche?

Ich gehe so ca. zweimal pro Woche einkaufen. Ein Großeinkauf und einer zwischendurch. Der Großeinkauf wird mit dem Auto erledigt, die restlichen Einkäufe zu Fuß in den naheliegenden Geschäften

Führen Sie eine Einkaufsliste oder…

Da ist immer meine Einkaufsliste mit dabei.

Wenn Sie einkaufen gehen, was ist dabei <u>angenehm</u> für Sie und was empfinden Sie als <u>störend</u> und <u>lästig</u>?

Spontan fällt mir nichts Angenehmes ein. Wenn ich was Neues sehe vielleicht. Positiv ist es nur dann, wenn kein Zeitdruck da ist. Das ist die Voraussetzung. Der Zeitdruck ist sehr nervig. Lästig ist es dann, wenn ich nicht weiß, was ich einkaufen soll. Ansonsten habe ich nichts zu bemängeln.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Da bin ich schon zufrieden. Hier gibt es keinen Grund zur Klage.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Nein, das passt alles.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Es kommt auf das Geschäft darauf an... Das ist geschäftsabhängig, hätte ich gesagt. Bei den großen Geschäften habe ich mehr Auswahl. Wenn man weiß, dass der Diskonter so und so viel Auswahl hat, dann stellt man sich darauf ein. In jedem Geschäft passiert es, dass irgendwas mal nicht da ist. Bei der Milch gibt es zu viel Auswahl, da brauche ich nicht so viele Marken. Milchprodukte im Allgemeinen auch, aber speziell die Milch selber. In den großen Geschäften könnte es in jedem Bereich weniger Auswahl geben.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ja, das dauert dann natürlich länger zum Einkaufen. Auch das ist von der Tagesverfassung und vom Geschäft abhängig. Je gestresster man selbst ist, desto lästiger ist ein großes Geschäft. Die sind insgesamt zu groß und die Wege sind zu lang. In den kleineren und mittelgroßen Geschäften habe ich da keine Probleme.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Vielleicht schon. Manchmal ja. Zum Beispiel, was bei der Milch das „länger haltbar“ wirklich bedeutet. Was die „länger haltbar“-Milch von der normalen Milch und von der H-Milch unterscheidet. Das wird einem nicht genau genug vermittelt. Da bin ich im Unklaren. Meistens nehme ich aber eh die Frischmilch, denn die wird bei uns normalerweise eh schnell verbraucht. Sonst fällt mir gerade nicht ein, was mir sonst fehlen würde.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Schön langsam kann ich es nicht mehr lesen (lacht). Für ältere Leute ist das Kleingedruckte schon ein Problem. Man ärgert sich auch, wenn man etwas genau wissen möchte und es steht nicht drauf. Wenn ich also irgendwas Bestimmtes wissen möchte und da steht gar nichts drauf.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Vielleicht eine größere Schrift, aber da passt dann aber wieder nicht alles drauf… Vielleicht auch eine einheitliche Beschriftung, nach einem einheitlichen Schema, was es vergleichbarer macht.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	2
Hersteller/Produzent	2
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Ich schaue da auf alles, wenn ich ehrlich bin.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Allgemein? Nein, ich glaube nicht.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Gütezeichen… na dieses AMA. Dann gibt es eines für „biologische Landwirtschaft“, ich weiß aber jetzt gar nicht, wie das aussieht. Sonst fällt mir keines ein. Ach ja, „Gentechnik frei“, das gibt es ja auch noch.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Naja, wichtig… es ist sicher gut, wenn ein Gütezeichen drauf ist, aber aktiv suche in nicht danach, muss ich gestehen.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Schon anders.

Inwiefern anders? Nehmen wir den Bekleidungseinkauf her. Ist das noch lästiger als Einkäufe im Supermarkt oder doch eher angenehmer?

Angenehm eigentlich. Meistens.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Das ist eher ein Erlebniseinkauf. Da nehme ich mir Zeit. Ich gehe auch hinein, wenn ich nichts brauche, nur so um zu schauen.

Verhält es sich auch mit Einkäufen von elektronischen Produkten und ähnlichem so?

Das ist weniger angenehm, das ist kein Erlebniseinkauf. Im Vergleich zum Gewandeinkaufen geht man bei Elektronik dann einkaufen, wenn man ein bestimmtes Produkt braucht. Bei der Bekleidung schaut man halt einfach mal, was es so gibt. Bei den Elektronikprodukten hat man eigentlich einen Kaufzwang. Bei mir ist es zumindest so, bei Ihnen wahrscheinlich genau umgekehrt (lacht).

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	3
Preis	2
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	3
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	2
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	1

Wichtige Anmerkungen: Ob man eine Garantie hat und wie lange die dauert, das ist schon wichtig.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Was fällt mir denn da ein? Nehmen wir für die Küche… einen Topf.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Ich habe mich informiert… bei Freunden. Da habe ich mich prinzipiell informiert, ob es sowas gibt und wo man sowas finden könnte. Und in Geschäften habe ich geschaut. Dann war ich in einem Spezialgeschäft, da habe ich mich beraten lassen. Also in einem Fachgeschäft. Dann war ich ganz schnell, da war ich dann bei Amazon und habe es dort gekauft (lacht). Im Internet habe ich mich auch beratschlagen lassen in einem Forum. Ursprünglich habe ich etwas anderes gesucht und dann ist es dieser spezielle Topf geworden. Eine Auflaufform mit Deckel. Mit dem kann man dampfgaren.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja. Eigentlich nur zwei. Im Fachgeschäft und im Internet.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil ich es gebraucht habe. Aus einer bestimmten Notwendigkeit heraus. Ich wollte gefüllte Paprika kochen und da brauche ich einen Topf mit Deckel.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein. Ich kaufe mir alles selber.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Die richtige Form und Größe. Und die Funktion. Der Preis ist zwar nicht nachrangig,… aber der Preis war dann ok. Vor allem wenn man den Preisvergleich macht und es dort kauft, wo es am günstigsten ist.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Ein Jahr.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Eine Woche. Oder sagen wir „zwei Wochen“.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes?

Nein.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nein, da war keine dabei (lacht).

Erinnern Sie sich an die letzte Betriebsanleitung, die Sie gelesen haben?

Ja, schon.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Die war nicht genau genug. Ich hätte es gern ausführlicher beschrieben gehabt.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Naja, per Amazon halt. Also ja.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Gute. Es hat alles funktioniert. Ich nutze das Internet nur selten. Einmal in zwei Jahren bestenfalls.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Nein, gar nichts.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Positiv ist, dass man es immer machen kann, auch am Wochenende und am Abend. Wenn es zugestellt wird, muss man es nicht nach Hause tragen. Es ist aber ein Nachteil, wenn man nicht zu Hause ist und man es von der Post abholen muss. Nachteilig ist, dass es nicht alles gibt, was tatsächlich am Markt ist bei bestimmten Produkten. Wenn man an bestimmte Onlineshops denkt. Von jeder Marke gibt es da immer nur ein paar wenige Produkte. Aber ok, da schaut man sich dann halt einfach auf einer anderen Seite um. Mehr weiß ich momentan auch nicht. Da ist halt auch immer das Damokles-Schwert mit der Kreditkartenangabe. Ob da eh kein Haken dabei ist, weiß man nie so genau.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Ach… Die sind alle zufrieden.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Das passt eh, was ich weiß.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	3	5
Bekleidung	3	5
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	10	15
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	2	5
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	10	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	20
Computer	5	10
Mobiltelefone	2	4
Pkw	10	20

Wichtige Anmerkungen: Bis sie weggeworfen werden oder bis sie wirklich kaputt gehen? Wenn man es kauft, möchte man es lange haben, aber dann wirft man es trotzdem weg. Die Leute werfen ja irrsinnig viel weg, obwohl es eigentlich noch gar nicht kaputt ist.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Meine Waschmaschine, mit der bin ich zufrieden. Eine Miele. 15 Jahre, glaube ich, dass ich die schon habe.

Fällt Ihnen auch ein Negativbeispiel ein?

Ich hatte mal ein Handy, das hatte ich nicht einmal ein dreiviertel Jahr, obwohl es total teuer war. Da ist die Tastatur kaputt gegangen. Das war ein Sony Ericsson.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das nicht erforderlich?

Oh ja. Es sollte auch tatsächlich repariert werden. Die werden ja gar nicht mehr repariert, sondern man bekommt ein neues Gerät. Wenn irgendwas kaputt wird, dann schaut man sich das an und die sagen „das zahlt sich nicht mehr aus, kaufen Sie sich ein Neues!“. Das fängt schon bei der Bekleidung an und von technischen Geräten brauchen wir gar nicht erst reden. Selbst wenn noch Garantie drauf ist, werden die Geräte nicht repariert, sondern einfach ausgetauscht.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Ändern wird es sich erst dann, wenn die Leute kein Geld mehr haben, um sich ein neues Produkt zu kaufen.

Glauben Sie also, dass die Produkte in Zukunft reparaturfreundlicher werden, oder tritt eher Gegenteiliges ein?

Eher das Gegenteil.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass die Herstellung der Produkte für die Konsumenten nachvollziehbar ist. Es werden Informationen zur Verfügung gestellt.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Da bin ich überfragt. Ich meine, früher gab es dieses Marktamt. Ich weiß nicht, ob es das noch gibt. Es gibt den Verein für Konsumenteninformation. Dann gibt es noch die Arbeiterkammer, die macht auch noch solche Sachen.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Vielleicht bei den Lebensmitteln.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note zwei bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	5
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	2

Wichtige Anmerkungen: Na Moment mal… Haustürgeschäfte mache ich ja eh nicht, also spielt es für mich da keine Rolle.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Nein, keine Infos eingeholt. Ich habe es bisher nie gebraucht.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Ja. Ich hoffe (lacht).

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Es wird wohl eh ein Thema sein. Es braucht kein eigenes Fach sein. Die sollten das schon in der Ausbildung mitbekommen. Die Unterstufe wäre angemessen. In den letzten beiden Jahren der Unterstufe.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Wie ich damit umgehe? Ach, das ist mir egal. Ich sehe das halt als Produktinformation. Das ist manchmal lästig, meistens ist es mir aber egal. Stören tut mich das nicht weiter.

Fühlen Sie sich belästigt oder informiert? Zum Beispiel bei der Fernsehwerbung, Briefkastenwerbung oder auf Plakaten.

Fernsehwerbung kann sowohl informativ als auch lästig sein, da schalte ich dann weg. Briefkastenwerbung hatte ich abbestellt. Jetzt wo wir die neuen Briefkästen haben, bekomme ich sie wieder. Nun habe ich die doch ganz gerne, aber trotzdem ist es irgendwie lästig, weil so viel Altpapier anfällt. Plakatwerbungen fallen mir nicht so auf, auf die schaue ich gar nicht.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja, das kann sie.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Ich sehe das jeden Tag, wenn sie zu mir in die Apotheke kommen und die Produkte kaufen, die in der Zeitung waren.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil man permanent und wiederholt damit konfrontiert wird. Die Werbung ist darauf ausgelegt, um jeden Preis die Aufmerksamkeit der Leute auf sich zu lenken.

Wer ist Ihrer Ansicht nach empfänglicher dafür?

Alle. Sagen wir‘s so, je höher die Bildung, desto eher wird man sich nicht beeinflussen lassen. Glaube ich,… vielleicht stimmt das auch nicht ganz. Die Menschen sind allgemein lenkbar durch gezielte Informationsverbreitung.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Genauso stark, wie alle anderen. Vielleicht sogar noch stärker. Kinder sind generell leichter beeinflussbar. Denen fehlt es noch an Erfahrung und deswegen glauben sie auch leichter, was man ihnen sagt.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Familie, Freunde oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Oh ja, das kann ich. Nachbarn vor allem. Das wären die nächsten. Die anderen fallen aufgrund der räumlichen Entfernung eher weg.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Gar nicht. Ich kümmere mich um alles selbst. Sagen wir einmal im Jahr, wenn zB ein Postpakerl übernommen wird.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Auf die Freundlichkeit. Ich weiß nicht, keine Ahnung. Auf was achtet man? Vielleicht eh auf die Hilfsbereitschaft, aber wie soll man das erkennen? Der erste Eindruck ist auch maßgeblich. Also auch die Bekleidung, der Style und was man für ein Auto fährt, usw.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Schwierige Frage… das war schon immer so, habe ich den Eindruck.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Die sind alle zufrieden. Es braucht ihnen nichts abgehen, sagen wir es so.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Nein, mir geht nichts ab.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Etwas, das ich gerne hätte? Ja, ein neues Auto. Weil meines schon so kaputt ist. Wirklich brauchen tue ich es aber nicht.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Nein, da kenne ich niemanden.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Kommt darauf an, was es ist. Prinzipiell schon. Wenn es Sinn für mich macht. Nur wenn es vorhanden ist, dann ist das noch lange kein Grund, das auch zu benutzen.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein, es war nichts. Ich hatte nichts zu beanstanden.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Was mich sehr aufregt? Nein, da kommt mir nichts in den Sinn. Na doch, was mich ärgert ist aggressive Werbung, die Kaufzwang suggeriert. Diese 2 + 1 Aktionen. Da wird man animiert mehr zu kaufen, obwohl man es gar nicht braucht.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	3
Lärm	1

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Ich glaube, neun Jahre ungefähr.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Nein.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Das passt so. Wir führen wie gesagt unseren wöchentlichen Großeinkauf mit dem Auto durch, lebenswichtig ist das aber nicht. Es ginge auch ohne Auto. Die Einkäufe zwischendurch machen wir ja auch ohne Pkw.

Gibt es vielleicht irgendwelche Fachgeschäfte oder spezielle Läden, die Sie gerne in unmittelbarer Nähe hätten?

Nein, es ist alles da. Ich würde da nichts ändern wollen.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Ich glaube, es gibt mehr Produktauswahl. Es gibt größere Geschäfte und weniger kleine. Also: es gibt mehr Konzerne, sagen wir’s so. Und auf europäischer Ebene gibt es überall die gleichen Geschäftsketten.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Für den Einzelnen: die Reisefreiheit inkl. dem Euro. Der Geldwechsel fällt weg. Dann die größere Produktpalette, das habe ich eh schon erwähnt. Ich glaube, es ist nun leichter im Ausland einen Job zu finden. Für die Import- und Exportgeschäfte ist es einfacher geworden.

Das Negative ist die Bildung der Großkonzerne und die Zusammenschließungen bei was auch immer. Prinzipiell wird die staatliche Individualität gekippt. Das kann man positiv als auch negativ sehen.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Schon positiv, weil wir da gar nicht mehr hinauskommen. Es gibt kein Zurück. Es ist eben so, ob man das will oder nicht. Das sind gegebene Tatsachen. Insgesamt gibt es mehr Vorteile als Nachteile. Weltwirtschaftlich gesehen ist die EU positiv. Für Kleinunternehmer ist es schlecht. Die werden von den Großen aus dem Markt gedrängt.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Die Währung selbst ist gut. Also… ist ok.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Gut. Ich hatte da von Anfang an keine Probleme muss ich sagen.

Haben Sie eventuell Probleme bei der Unterscheidbarkeit der Münzen und Noten oder mit der Handhabung im Allgemeinen?

Nein, keinerlei Probleme mehr.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Ab und zu. Eher bei Großbeträgen. Und auch da nur selten. Ansonsten nicht.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Nein. Teurer ist es schon geworden, aber ich weiß nicht, ob es durch den Euro teurer geworden ist.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Im Lebensmittelbereich spürt man es immer, denn das ist das, was man immer einkauft. Bei den anderen Sachen… im Prinzip ist ja alles teurer geworden, aber bei den Lebensmitteln spürt man es am deutlichsten.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Das Problem ist, dass man nicht mehr weiß, was es vorher gekostet hat, vor allem, wenn es billiger geworden ist (lacht). Eigentlich nur das Telefonieren, die ganzen Handytarife. Und Computer sind sicher auch viel billiger, als vor zehn Jahren. Wahrscheinlich die ganze Elektronik, hätte ich jetzt gesagt, oder?

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Aufs Auto – wenn‘s geht – verzichten. Beim Einkauf auf die Verpackung achten. Eher das einkaufen, was weniger verpackt ist. Bei Lebensmitteln: regionale Produkte kaufen. Das ganze Recycling halt. Energie sparen…. und so weiter.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja. Das kommt immer wieder vor. Man hält sich da schon auch mal zurück.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Bei Obst und Gemüse, das auch in der Region angebaut wird, verzichte ich auf Erzeugnisse, die von weit her kommen.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Ja. Obwohl… wenn ich eine Reise geschenkt bekomme, mache ich sie trotzdem (lacht). Prinzipiell verzichte ich, zugunsten der Umwelt. Beim Auto schaue ich natürlich darauf, dass es möglichst umweltschonend ist.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Oh ja, kann ich mir schon vorstellen. Aber… die Bequemlichkeit und Gewohnheit verhindern es. Die Gewohnheit vor allen Dingen. Man hat sich halt an den Umstand gewöhnt, ein Auto zur Verfügung zu haben.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Lesen tue ich. Laufen, Rad fahren, Spazieren gehen, wandern.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Weiß ich nicht… ich meine, dass kann man auch wieder differenziert beantworten. Sagen wir mal „Ja“, da stehen ja überall diese Tonnen. Wird schon passen. Man sieht leider doch immer wieder, dass es falsch sortiert wird. Es fehlt an Information, was in welche Tonne gehört und auch was nicht hineingehört. Da gehört eine bessere Aufklärung her.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 15

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	42
Geschlecht	M
Beruf	Call-Center Agent (Student)
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Unter € 1.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Matura

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

An und für sich kaufe ich gerne ein, auch die sogenannten Dinge des täglichen Bedarfs, obwohl ich eigentlich in meinen Gewohnheiten schon ziemlich gefestigt bin und sicher in 95% der Fälle auf gewohnte Marken zurückgreife und auf Artikel, die ich schon des Öfteren probiert habe und gerne mag. Doch hin und wieder reizt es mich, andere Sachen auszuprobieren. Seien es jetzt neue Marken oder etwas Exotischeres. Üblicherweise beachte ich dabei weniger Werbung, auch Postkastensendungen und sowas, und schaue mich lieber im Supermarkt selbst um.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Man macht sich eine mentale Liste von den Dingen, die man bis zum nächsten Einkauf konsumieren wird. Zum Beispiel wenn mir meine Rasierer ausgegangen sind. Ich habe das immer im Kopf und schreibe nicht extra Zettel. Man weiß ja ungefähr was da ist und was fehlt.

Wie oft gehen Sie da im Schnitt einkaufen? Verwenden Sie einen Pkw dafür?

Dreimal die Woche etwa. Meistens mache ich das mit dem Auto, weil ich das kombiniere mit dem Hund. Erst läuft der im Park seine Runden und wenn er dann müde ist und im Auto schläft, gehe ich einstweilen einkaufen.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Gerade in Supermärkten hat man ein großes Angebot. Die Bedienung ist fast durchgehend immer sehr freundlich, hilfsbereit, gut geschult und auf Zack. In den Supermärkten, in die ich gehe, ist alles sehr übersichtlich und schön angerichtet. Solche Supermärkte, wo ich empfinde, dass es nicht so gut

sortiert ist, zu denen gehe ich seltener. Ich gehe lieber dorthin, wo ich mich wohler fühle. Meistens gehe ich da zum Merkur.

Und was empfinden Sie nun als störend und lästig?

Das übliche halt. Das Schlangestehen an der Kassa. Was bei einem Supermarkt unangenehm auffällt ist, dass sie die Wagerl – die Einkaufswagerl – nicht anständig warten. Da musst du es bei zwei oder drei verschiedenen probieren, bis endlich mal die Münze angenommen wird. Oder dann klappern die Räder, oder sonst was. Manchmal ist es störend, wenn das Obst oder Gemüse nicht rechtzeitig entsorgt wurde. Also wenn dann Sachen herumliegen, die dann leicht gammelig aussehen. Es kann unschön sein, wenn irgendwelche zu Bruch gegangene Sachen nicht schleunigst entfernt werden und der Platz gesäubert wurde. Da hat man dann den unangenehmen Geruch. Das kommt aber zum Glück nicht allzu oft vor.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Im Wesentlichen ist es ok. Es ist halt störend, wenn manche Sachen… Obst zB ist immer nur aus Spanien oder Argentinien. Weshalb sie nicht verstärkt das italienische nehmen, was meiner Meinung nach viel besser ist vom Geschmack und von der Qualität, entzieht sich meinem Verständnis. Alleine schon, da es geographisch viel näher ist und dadurch Transportwege wegfallen würden.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Weder noch. Das passt so.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Eben bei so exotischeren Sachen hätte ich gerne mehr Auswahl. Nicht nur ein kleines Regal, sondern ein wechselndes, größeres Angebot an exotischeren Sachen. Ich vermute halt, dass sich da nicht viel Absatz findet, denn die Leute, die sowas suchen gehen da eher zu Spezialläden oder zum Naschmarkt. Da mache ich mir aber nicht die Mühe, deswegen wäre es für mich angenehm, wenn es da im Supermarkt mehr Auswahl gäbe.

Gibt es auch Produktgruppen, bei denen es für Ihren Bedarf zu viel Auswahl gibt?

Von Süßigkeiten gibt es zu viel. Ich esse schon hin und wieder gerne Schokolade, aber ich brauche nicht so viele verschiedene Sorten und Marken. Ansonsten passt die Auswahl für österreichische Bedürfnisse. Meine Freunde diskutieren gerne über die verschiedenen Vorzüge der einzelnen Bier Marken, aber ich als Nicht-Biertrinker kann auf das Bierangebot gut und gerne verzichten. Es gibt aber Leute, die da schon Wert darauf legen, also wird die Auswahl schon in Ordnung sein.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Nein, nicht so direkt. Es kann problematisch sein – unter Anführungszeichen – wenn es etwas ist, das man selten braucht. Sei es ein Fleckenmittel für Wäsche, da bin noch nicht draufgekommen was da jetzt gut ist. Die Auswahl ist da doch recht groß und ich weiß da nicht, was ich da nehmen sollte. Allgemein gesehen fühle ich mich aber nicht überfordert.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Fehlen… es sind zu viele, dass es unübersichtlich ist. Es ist so klein gedruckt, dass man es nur mit Mühe lesen kann. Es wird im Großen und Ganzen genauso ignoriert werden, wie das Kleingedruckte bei Onlineverträgen. Solange man nicht befürchtet, dass es tatsächlich arg gesundheitsschädigend sein könnte, nimmt man die Farbstoffe, Konservierungsmittel und Geschmacksverstärker in Kauf.

Die nächste Frage haben Sie eigentlich eh schon zum Teil beantwortet: Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten? Fällt Ihnen dazu noch etwas ein?

Auch das Ablaufdatum ist sehr häufig schwer zu finden. Das ist bei jeder Packung anderswo platziert, in einer andern Schrift, in einer anderen Schriftgröße oder anderen Schrifttype.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Es wäre wirklich wünschenswert, wenn sie die Beschriftung fürs Ablaufdatum vereinheitlichen könnten. Auch in Hinsicht auf Senioren, die sich da bestimmt noch viel schwerer tun.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	2
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	4
Herkunftsland	3
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	3

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Von meinem Gefühl her… kaum. Es müssten dann schon Personen sein, die gesundheitliche Probleme haben und darauf achten müssen. Oder besonders fürsorgliche Personen, sprich: Mütter, die ihren Kindern natürlich nur das Beste kaufen wollen.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Der grüne Punkt. Ist das denn ein Gütezeichen? Gilt das? Beim Fleisch gibt es da noch etwas. Muss ich den Namen nennen? Nein, tut mir leid, mehr fällt mir gerade nicht ein.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Keine (lacht).

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfs hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja, ich finde es stressiger, weil man ja doch mehr überlegen muss und doch mehr vergleicht. Man geht ja doch in mehrere verschiedene Geschäfte. Man nimmt sich vor „ich will das heute kaufen“ und setzt sich dann selbst unter einen Zeitdruck, weil man ja nicht noch einen Tag verplempern will mit der Suche. Oft recherchiert man sowas länger. Technische Sachen zB recherchiert man vorher im Internet.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen? Nehmen wir zB den Einkauf von Bekleidung her.

Ein bisschen was von beidem. Ich nehme mir schon die Zeit, dass ich vergleiche, schaue was mir gefällt, mich beraten lasse… aber ich bin auch froh, wenn ich es hinter mir habe. So alles in allem ist es aber eher lästig.

Wie verhält es sich zum Vergleich mit Elektronik?

Einfach mal rumschauen. Das 3D Fernsehen ausprobieren, ist schon interessant, ja klar. Das kann man ja Vorort in den Großmärkten mal antesten. Da gehe ich gerne hin, um zu schauen. Da habe ich nicht vor etwas zu kaufen, da ziehe ich mir die Sachen nur rein, sozusagen. Insofern ist es hier eher ein Erlebnis. Da brauche ich mich nicht mit gestressten Verkäufern herumschlagen (lacht).

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	2
Preis	2
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	2
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	4

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Flachbildfernseher (lacht). Ich muss den nochmal zur Reparatur bringen, zum dritten Mal schon.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Ausnahmsweise habe ich mich da wenig informiert, was eh ein Fehler war. Ich habe gewusst, welche Größe ich brauche und habe mir beim Händler verschiedene Modelle angeschaut. Ich bin direkt hingegangen, es war fast schon ein Spontankauf.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja, die verschiedenen Geräte im Handel verglichen.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Der alte Fernseher i n der Küche war kaputt. Ich hatte zwar einen Ersatzfernseher, aber der war klein. Es war nicht dringend nötig, aber ich wollte einen größeren, mit besserem Bild. Ich schaue eh nicht so viel fern, deswegen habe ich lange überlegt, ob es sich überhaupt lohnt, ein neues TV Gerät zu kaufen.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Eigentlich nicht, nein.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Vor allem die Größe. Preis auf alle Fälle. So dick habe ich es leider nicht.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Ich schätze ein Monat ca.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Das war dann sofort. Ganz spontan.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Nein.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nicht alles, aber die ersten paar Seiten auf alle Fälle. Die Anschlüsse, wo was hingehört. Und zur Fernbedienung selbst, weil nicht automatisch klar ist, welche Funktionen anders sind als beim vorigen Gerät.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Die war ok. Es war alles genau richtig vom Umfang her.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja, Amazon und eBay meistens.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Fast durchwegs positive. Es war fast immer wesentlich günstiger, als in einem Geschäft. Die Bezahlung hat jedes Mal eigentlich reibungslos gepasst. Der Kontakt war jedes Mal freundlich. Sowohl bei Amazon als auch bei eBay. Bei Amazon haben sie anstandslos die Sachen umgetauscht, auch wenn der Irrtum auf meiner Seite lag. Ich mache das schon mehrere Male im Monat.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Ja, hatte ich auch. Dass die Verkäufer plötzlich nicht mehr existierten und das Geld eingesackt hatten. Das war aber zum Glück ein minimaler Betrag. Das war über eBay. Bei bekannteren Unternehmen wie Amazon hatte ich keinerlei Probleme. Ich bin aber mal einem Kreditkartenbetrug aufgesessen, aber ich kann unmöglich wissen, wie die an meine Daten gekommen sind. Das hat mir die Kreditkartenfirma aber rückerstattet, weil es eindeutig war, dass ich nie solche Käufe erledigt hatte.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Hatten wir schon genannt. Es ist in erster Linie günstiger. Es reduziert den Einkaufsstress… ganz besonders eben zur Weihnachtszeit. Es ist demnach auch förderlich für die Gesundheit, weil man ja im Winter von der kalten Straße ins geheizte Kaufhaus und wieder auf die kalte Straße kommt und sich dadurch leicht erkälten kann. Man wird zudem nicht angehustet und angerempelt. Natürlich ist im Internet auch noch die Auswahl um ein Vielfaches größer, weil man mittlerweile auf der ganzen Welt einkaufen kann. Ein Vorteil ist hier auch unsere gemeinschaftliche Währung, die Preisvergleiche transparenter macht.

In den seltensten Fällen klappt es eben gar nicht. Ein bisschen zittern muss man, ob die liebe Post das auch wirklich zustellt. Da habe ich unterschiedliche Sachen gehört. Ich bin immer sehr zufrieden mit den Paketdiensten DPD, DHL und so weiter. Ein guter Freund von mir sagt eher das Gegenteil. Bei mir klappt das gar nicht so mit der Post. Gerade die Filiale in Meidling hat die schlechteste Wertung in ganz Wien, da bin ich gestraft mit denen. Es kann zu Transportschäden kommen, das ist mir auch schon passiert. Böse Post, böse Post (lacht). Ein bisschen lästig ist, dass man beim Bestellen fast immer ein Kundenprofil anlegen muss und dann mit Werbung „gesegnet“ wird.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Es ist höchst unterschiedlich. Solange das Ding funktioniert gibt es ja keine Beschwerden. Erst wenn etwas nicht mehr funktioniert, fangen die Leute an zu jammern, sich zu beklagen und zu beschweren und regen sich über die Firmen auf:„Ah, wieso haben wir das denn gekauft, diese Firma nie mehr wieder. Früher haben die Sachen viel länger gehalten!“ (lacht). Reparieren kann man die sowieso nicht mehr. Wenn der kleinste Schalter hin ist, kann man das Ding schmeißen. Kein Mensch hat da Ersatzteile für sowas. Durch den technischen Fortschritt werden die Geräte eh schon vor ihrem „natürlichen Tod“ ersetzt. Das alte Gerät wird dann vererbt.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Es passt eigentlich. Normalerweise halten die Geräte eh weit länger, als es vom Gesetz her vorgeschrieben ist. Wenn nicht, dann bekommt man sie eh ersetzt.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	4
Bekleidung	2	3
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	6	8
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	15	15
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	5	10
Computer	4	5
Mobiltelefone	3	4
Pkw	15	15

Wichtige Anmerkungen: Es variiert schon stark, ob es eine Hose oder ein Hemd ist. Es sind mir noch keine Möbel um die Ohren geflogen. Es ist sicher ein totaler Unterschied, ob man Kinder hat, die darauf herumturnen oder ob es ein Einpersonenhaushalt ohne Kinder ist. Beim Computer ist es schwierig, weil man die Komponenten ja immer wieder austauschen kann. Bei sachgemäßem Umgang, so wie bei mir, kann man mit Mobiltelefonen sicher drei Jahre auskommen.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Das Auto kommt an erster Stelle. Das steht aber in der Garage, was natürlich sehr hilft. Das ist ein Alpha Romeo. Baujahr 1999. Normalerweise ist es gerade diese Marke, die sehr anfällig für diverse Macken ist.

Bei welchem Produkt waren Sie mit der Lebensdauer sehr unzufrieden?

Fernseher. Das war ein „Schneider-Scheißdreck“, was total Billiges. Eine Woche, dann musste er schon zur Reparatur gebracht werden. Die schicken das Teil dann ein und nachher ist es genau derselbe Scheiß wie vorher.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das nicht erforderlich?

Das hängt stark auch vom Produkt selbst ab. Selbstverständlich sollten gerade Autos reparierbar sein. Es ist eine Absurdität, wegen jedem Defekt ein neues Auto zu kaufen. Das gilt aber auch bei langlebigeren Haushaltsgeräten. Oft muss man ja nur kleinere Reparaturen vornehmen und das Gerät funktioniert dann wieder jahrelang ohne Probleme. Schon alleine vom Umweltgedanken her ist es doch höchst bedenklich, die Sachen beim ersten Defekt auf den Müll zu werfen. In vielen Fällen ist die Reparatur für den Konsumenten eh noch billiger, als die Anschaffung eines neuen Gerätes.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Die Tendenz bewegt sich eindeutig eher ins Gegenteil, dass sie kaum reparierbar werden. Der Berufsstand der Mechaniker hat weniger ansehen. Das extra zur Reparatur nach Indien zu schicken ist etwas mühsam (lacht).

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

In erster Linie: Wahrung der Gesundheit und Unversehrtheit der Konsumenten, sprich: Käufer des Produktes, sowie Regelung gesetzlicher Mindeststandards, auch was die Lebensdauer betrifft. Dritter Punkt wäre sicher auch ein gewisser Wahrheitsgehalt in der Werbung, dass man nichts bewerben darf, was das Produkt nicht halten kann.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Na gut… es gibt einen Mieterbund. Es gibt doch diesen Konsumentenschutz, ich weiß aber jetzt gerade nicht, wie der heißt. Ich glaube, der Ombudsmann ist hier auch anzusprechen. Wenn‘s hart auf hart geht, kann man ja auch selbst Klage einreichen. Auf europäischer Ebene gibt es sicher auch noch so einen Schnickschnack.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Besonders wichtig… also Lebensmittel sind das wichtigste. Vor allem, weil früher sorglos mit Pestiziden umgegangen wurde und mit nicht zugelassenen Medikamenten herumexperimentiert wurde. Da hat sich vieles wesentlich verbessert. Es gibt zwar immer noch viel Verbesserungspotential, aber mittlerweile wird das in Österreich recht gut gehandhabt.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	2
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	2
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	2
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	2

Wichtige Anmerkungen: Haustürgeschäfte? Denen mache ich nicht einmal die Türe auf. Bei Wohnungen und Grundstücken ist es ganz wichtig, da kann man sich böse verzetteln.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ach so, Fernsehsendungen, wenn das als Information gilt, dann ja. Aktiv, mich an jemanden wenden, nur bei Freunden, die sich damit auskennen, oder die schon was damit zu tun hatten. Direkt an solche Stellen habe ich mich bisher nie gewendet.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Es ist ausreichend für den täglichen Bedarf. Wenn es etwas Wichtiges gibt, zB größere finanzielle Risiken gibt, dann erkundigt man sich sehr wohl und liest auch das Kleingedruckte. Je nach Notwendigkeit beschafft man sich die Informationen für den jeweiligen Bedarf.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja, schon, sollten sie. Weil sie ja immer massiver auch als potentielle Käufer anvisiert werden und zum Kauf angeregt werden. Da sollten sie wissen, welche Rechte sie haben.

Ab welcher Schulstufe sollten die Kinder damit konfrontiert werden?

Ab dem elften Lebensjahr, vorher sollten sich die Eltern darum kümmern.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Sie ist allgegenwärtig. Gerade in Stadtgebieten kannst du ja keinen Fuß auf die Straße setzen, ohne dass dir was entgegen leuchtet. Jedes Geschäft hat große Leuchtreklamen, irgendwo in Auslagen werden Produkte angepriesen...

Fühlen Sie sich da belästigt oder auch informiert?

Sie sind in den seltensten Fällen informativ für meine Zwecke. Lästig finde ich sie beim Autofahren, wenn die Reklame mehr auffällt, als die Verkehrszeichen. Das ist fast schon eine Gefährdung.

Wie sehen Sie das bei der Fernsehwerbung?

„Weg, Zapp, Hass“ (lacht). Sofort Ton weg und Kanal gewechselt. Es ist schade, denn es gibt ganz selten auch wirklich tolle Fernsehwerbung. 95% und mehr sind aber immer wieder dieselben Produkte, das wird dann schnell nervend. Dauerwerbefernsehen muss die Hölle sein.

Und die Werbung im Briefkasten?

Briefkastenwerbung ist ganz was anderes. Die kann ich mir anschauen, wann immer ich will. Die Information ist kompakter. Ich schaue mir nicht jedes Kosmetikteil an, sondern gehe gleich zu den Lebensmitteln oder was auch immer ich brauche. Es ist immer mit einer wesentlichen Ersparnis verbunden. Im Fernsehen hast du ja meistens keine Preisangaben, sondern dort werden hauptsächlich Gefühle und Emotionen angesprochen. Da hast du glückliche Menschen auf der Alm, die genüsslich Schokolade verzehren und im Hintergrund die passende lila Kuh dazu. In Prospekten hingegen kannst du dich gezielt informieren und Vergleiche durchführen.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Total. Absolut. Immer schon.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Werbung spielt da sicher eine Rolle, aber auch jede Menge andere Faktoren. Auch durch Hörensagen, im Freundeskreis. Das hat fast einen genauso großen Einfluss als die Werbung. Aber jemanden darauf festnageln, nur wegen der Werbung etwas gekauft zu haben, kann man so nicht sagen.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Da habe ich erst kürzlich gelesen, dass die Wirkung aufs Unterbewusste extrem stark ist und noch viel stärker, als bisher angenommen. Mittlerweile gibt es sogar einen Lehrstuhl in einer französischen Schule. Marketingstrategien werden darauf ausgelegt, bestimmte Gehirnzonen gezielt anzusprechen. Neuromarketing wird das genannt. Ich bin doch der Meinung, dass Kinder für sowas doch viel empfänglicher sein dürften. Ansonsten hängt es vom Produkt ab, schätze ich. Wenn schon ein latentes Interesse vorhanden ist, wird man sich eine Werbung viel aufmerksamer ansehen, als ein Produkt, das einen überhaupt nicht interessiert. Dementsprechend wird dann auch die Wirkung eine ganz andere sein. Es wird einen Unterschied geben zwischen Männern und Frauen. Altersgruppen und Bildungsstatus sind sicher nicht so gewichtig, wie das Geschlecht. Dass sich prinzipiell ein Geschlecht stärker beeinflussen lässt, das nicht, es hängt immer konkret vom Produkt ab.

Sie haben es vorhin bereits angesprochen: Warum können Kinder von Werbung stärker beeinflusst werden?

Weitaus stärker als Erwachsene, weil sie keine Erfahrungswerte haben und noch nicht so ein ausgeprägtes logisches Denken. Aufgrund ihrer kindlichen Naivität hinterfragen sie die Werbung nicht so und halten sie für wahr. Dann wird ein Brief ans Christkind geschrieben.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja, freilich. In erster Linie Freunde und Familie. Eltern, da sie unweit wohnen – ein paar hundert Meter. Da die Nachbarn in nächster Zeit viel gewechselt haben und ich die neuen noch nicht so kenne, kann ich sie momentan noch nicht dazu zählen.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Einmal im Monat vielleicht. Oder umgekehrt, dass ich gefragt werde, ob ich helfen kann. Zum Beispiel hat mich ein Freund gefragt, ob ich vorbei kommen kann, um die Wohnung abzudecken, weil die Handwerker stemmen gekommen sind.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Es spielt schon eine Rolle, ob der Status dem eigenen entspricht. Dass da nicht Welten dazwischen liegen… Gleich und gleich gesellt sich gerne. Ähnliche Interessen, eine vergleichbare finanzielle Situation,… Üblicherweise, dass man eine ähnliche Schulbildung genossen hat. Auf der sozialen Seite erwartet man sich Ehrlichkeit, Offenheit, Hilfsbereitschaft, usw. Gemeinsame Interessen und Unternehmungen, speziell auch bei Arbeitskollegen.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Ich glaube, dass die Leute heute weniger auf die Kleidung schauen als früher. Früher war eher ein Gruppenzwang da, dass man sich nach einem gewissen Stil kleidet, der auch zu seinem Status passt. Heute ist das eher ein Einheitsbrei.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Total unterschiedlich. Manchen geht’s relativ gut, weil sie gut verdienen. Andere müssen kämpfen, weil die Kinder bald erwachsen werden. Es nagt niemand am Hungertuch und es hat aber auch niemand eine Luxusvilla. Sie können immer noch alle auf Urlaub fahren. Man ist halt trotzdem grundsätzlich mit dem zufrieden, was man sich aufgebaut hat.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

(lacht) Weniger zufrieden. Ich kann mir keine Urlaube leisten.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Urlaub in erster Linie. Ich möchte mal wieder etwas Neues erleben. Mein derzeitiger Mangel an Kapital verhindert das aber.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Es hatte einmal jemand kurz eine Glücksspielphase, die hat er sich aber schnellstens wieder abgewöhnt.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Da hat er etliche Tausender verprasst, aber seine Lehre daraus gezogen. Ein teures Auto hat er sich da auch zugelegt gehabt. Da ist er mit seinem 320er BMW vorgefahren, den er sich nie hat leisten können. Vielleicht war das auch nur eine fehlende Jugendsünde, die er nachholen musste. Das war sicher ein Geltungswunsch, vor allem gegenüber den anderen Freunden, die er am Land hatte. Da war es viel wichtiger, welches Auto man hat und so weiter. In meinem Freundeskreis haben wir ihn alle nur belächelt.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Entsprechend der Anwendungsmöglichkeiten nutze ich das aus, ja. Bei einem Handy aber eher nicht. Den Kalender habe ich noch nie verwendet. Die Spiele am Handy liegen mir auch nicht sonderlich. Das GPS funktioniert so gut wie nie. Es muss nicht zu einfach sein, soll aber auch nicht allzu kompliziert sein. So ein Mittelding. Es soll einige nützliche Funktionen haben, braucht aber nicht das Neueste vom Neusten sein. Ich bin in dieser Hinsicht eher praktisch orientiert. Sofern ich einen erkennbaren Nutzen daraus ziehen kann, wird es von mir verwendet.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Ja.

Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde?

Ich hatte einen Aussetzer beim Internetprovider. Ein technisches Problem. Da habe ich dann dort angerufen.

Wurde eine Lösung gefunden?

Ja, doch schon. Man hat mir einen Tipp gegeben und das hat funktioniert.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Naja, das was man in letzter Zeit oft liest in Zeitungen. Banken haben zu wenige Rücklagen und Leute könnten ihre Ersparnisse verlieren, was wirklich böse Folgen haben kann. Politisch und sozial. Da es zum Teil auch unter Konsumentenschutz fällt, sollten die den Banken mehr auf die Finger schauen. Banken haben in dem Blickfeld eine sehr große soziale Verantwortung.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	2
Nachbarn	3
Verkehrsanbindung	1
Lärm	3

Wichtige Anmerkungen: Ich kenne die Leute kaum im Haus. Früher habe ich jeden gekannt, aber von den Leuten, die neu eingezogen sind, kenne ich noch niemanden so richtig. Ich weiß teilweise nicht einmal ihre Namen. Wenigstens feiern sie keine lauten Partys.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Ewig. 25 Jahre, wenn man alles zusammenrechnet.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Nicht konkret, nein. Erst dann, wenn es aus beruflichen Gründen erforderlich sein sollte.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Ja, einen Elektronikhandel und irgendwas mit Werkzeugen, also eine Art Baumarkt. Einen richtigen Baumarkt wird man hier in der Gegend nicht haben können, aber zumindest sollte es ein Geschäft geben, wo man Werkzeuge, Nägel, Schrauben und solche Sachen bekommen kann. Da muss ich immer zum Obi raus fahren. Es gab früher einen Elektrohandel und einen kleinen Handwerksladen hier, aber die sind beide weg. Nichts Vergleichbares in der Nähe mehr. Was den Rest betrifft kann man im Grunde eigentlich alles zu Fuß erreichen.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Dass es einen großen Schub gab, an ausländischen… Lebensmitteln in erster Linie. Dass es eine riesen Auswahl gab, zB an französischem Käse,… jetzt fällt mir nicht ein, was es da noch gab, aber dass sich da jetzt wieder eine rückläufige Tendenz abgezeichnet hat. Ob das jetzt auf ein höheres Bewusstsein der österreichischen Konsumenten zurückzuführen ist, dass die da verstärkt heimische Waren kaufen, wegen der Umwelt oder der Qualität, das weiß ich nicht. Vielleicht wurden die ausländischen Waren zum Teil auf dem österreichischen Markt nicht so recht angenommen und sind wieder aus dem Regal verschwunden. Elektronik ist auf jeden Fall billiger geworden. Durch Zollunion und Währungsunion ist viel an Nebenkosten weggefallen. Auch durch den direkten Preisvergleich, den die Währungsunion gebracht hat, sind die Preise gesunken.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Ein Riesenvorteil, der immer wieder unter den Tisch gekehrt wird, ist der europäische Frieden. Die Gefahr eines bewaffneten Konfliktes ist so gut wie gebannt, wenn man eine gemeinsame Währung und gemeinsame wirtschaftliche Interessen hat. Konflikte, die aus Grenzstreitigkeiten entstehen, sind bei weitem nicht mehr so wichtig wie früher, weil eben keine wirtschaftlichen Interessen mehr dahinter stehen und es eigentlich egal ist, zu welchem Land ein paar Kilometer an Fläche gehören . Gesetze sind überall angeglichen worden, es gibt Reisefreiheit in jedes Schengen-Mitgliedsland. An erster Stelle steht für mich aber der europäische Friedensgedanke.

Gibt es Ihrer Ansicht nach auch negative Aspekte?

Die Bürokratie und der Mangel an Transparenz. So viel Mühe sie sich auch geben, so viel sie auch investieren in Public Relation, es dringt einfach nicht durch. Wenn nationale Zeitungen gegen die EU wettern, dann hat das viel mehr Gewicht, viel mehr Wirkung als jeder positive Beitrag. Es ist auch eine gewisse Orientierungslosigkeit da. Auch in der aktuellen Griechenlandkrise ist immer wieder zu sehen gewesen: es gibt keine einheitlichen Interessen. Trotz allem gibt es noch Partikularinteressen. Wenn Deutschland sich nicht entscheiden kann – als immer noch wichtigstes Land im europäischen Bündnis – ob es europäisch sein will, oder ob es Deutsch sein will, dann werden die anderen auch nicht nachziehen. Wenn gerade Deutschland nicht europäische Interessen vor die eigenen stellt, dann wird das keiner tun.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Optimistisch, aber besorgt. Wenn’s hart auf hart kommt, werden die Mitglieder trotzdem ihre nationalen Bedürfnisse zurückstellen müssen und auf Solidarität setzen. Populistische Parteien, ob das jetzt ungarische, italienische oder österreichische sind, werden immer einen Zulauf haben, die sollten aber, glaube ich, nicht mehr im Stande sein, auf europäischer Ebene zu solcher Wichtigkeit zu gelangen. Es wird zwar immer wieder angedacht, was kommt, wenn wieder nationale Währungen eingeführt werden, wenn aber weitergedacht wird, was da die Konsequenzen daraus sind, dann erkennt man, dass es viel teurer ist auf nationale Währung zurückzukommen. Unterstützungsfonds für Griechenland sind immer noch günstiger, als einen Zerfall der Währungsunion zu riskieren. Das ist zwar ein Schreckgespenst, das durch die Medienlandschaft geistert, aber es wird so nicht kommen. Ich würde die Union nicht als Scherbenhaufen bezeichnen. Es ist noch alles im Aufbau befindlich, die nahe Zukunft ist ausschlaggebend für das, was kommen wird.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Durchwegs gute. Ich genieße es sehr, sobald ich mal im Ausland bin. Ganz egal, ob das Frankreich oder Deutschland ist.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ich segne die Finnländer, die keine 1 und 2 Cent Münzen haben, die sind sowas von unnötig. Die gehören weg, die gehören abgeschafft, so wie in Finnland. Die 5 Euro Scheine schauen meist sehr schmuddelig und abgegriffen aus. Ob die aus einem billigeren Material sind? Man hat ja meistens 10 Euro Scheine in der Tasche, die sind aber meistens Picobello. Die 200 Euro Scheine dürften sie schon wieder aus dem Verkehr gezogen haben. Von den 50 Euro Scheinen hört man immer wieder, dass die gerne gefälscht werden.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Ich rechne teilweise noch in Schilling um, gerade bei Bekleidung und was man sonst halt eher selten kauft. Das ist eher Luxus in meinen Augen.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Sicher wird das Leben nach und nach teurer, das ist aber nicht auf den Euro zurückzuführen. Das sind Globalisierungseffekte, zunehmende Monopolmacht, vor allem im Ölbereich. Das Problem mit russischem Gas und so. Das hat nichts mit dem Euro zu tun, absolut nichts.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

An erster Stelle auf jeden Fall die Energie. Alle anderen Sachen sind nicht annähernd so stark gestiegen wie Energie. Lebensmittel ein wenig, aber das hält sich in Grenzen.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Elektronik. Das liegt auch an einem entsprechenden Konkurrenzkampf unter den Herstellern. Das Telefonieren und Internet sind sicher auch günstiger geworden in Österreich. Für Breitband hast du sicher locker 50 Euro zahlen müssen im Monat, heute sind es vielleicht 20 Euro.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Die Mülltrennung ist das Einleuchtendste natürlich. Wobei ich zugeben muss, dass ich vom Sammeln organischer Stoffe – sprich Kompost – nicht viel halte. Erstens, weil da nicht viel Wert drinnen steckt, im Gegensatz zu Glas und Metall und zweitens ist es auch unappetitlich, finde ich. Glas, Papier, Metall, Plastik,… das ist gerade in Wien kein großer Aufwand, dass man das sortiert. Es ist gut organisiert, sodass man das problemlos trennen kann. Was danach passiert ist fraglich. Früher war das sehr gefragt und diejenigen, die das verwertet haben, haben angeblich ein gutes Geschäft damit machen können. Jetzt wegen der letzten Wirtschaftskrise ist ihnen das aber total weggebrochen und die haben nur noch ein Zehntel des ursprünglichen Umsatzes. Batterien trennen ist auch kein wesentlicher Aufwand für mich. Eine gewisse Sparsamkeit mit Putzmitteln, Scheuermitteln und Lacken. Nicht unnötig vergeuden, sondern nur die Menge verwenden, die ich brauche. Man kann österreichische Produkte kaufen, damit die langen Transportwege wegfallen. Zitronen aus Argentinien oder Knoblauch aus China… wieso das billiger ist als heimische Produkte, das kapiere ich dann nicht. Bei Energiesparlampen bin ich eher skeptisch, weil die Produktion von denen so teuer ist und so aufwendig. Halten tun die nicht lange. Ja… was gäbe es da noch für Möglichkeiten? Möbel aus

umweltverträglichem Material kaufen, Produkte über die eigentliche Lebensdauer hinaus verwenden und im Bedarfsfall reparieren.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Jein. Es ist immer wieder eine Abwägung. Ob ich empfinde, dass das Sinn macht oder eben nicht.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Bei einer größeren Anschaffung überlege ich es mir mehr, als bei Dingen des täglichen Bedarfs.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Ich würde, sollte es nötig sein, die Fernreisen zB aus beruflichen Gründen so gering wie möglich halten. Es gibt ja andere Möglichkeiten auch, wie zB Konferenzschaltungen oder mit der Bahn auf kürzeren Strecken reisen. Dass der Chef von Renault-Nissan da zweimal im Monat nach Japan hin und zurück fliegen muss… womit seine persönliche Anwesenheit da jetzt so wichtig ist, entzieht sich meinem Verständnis. Im Freizeitverkehr spielt es für mich eine untergeordnete Rolle. In Europa gibt es genügend interessante Destinationen, dass ich da gar nicht so weit fliegen muss. Der Umweltgedanke würde mitschwingen, aber es wäre nicht der Hauptgrund.

Und wie sieht es bei der Anschaffung eines Autos mit hohem Spritverbrauch aus?

Welcher Neuwagen hat heute noch einen großen Spritverbrauch? Außer vielleicht ein Bugatti oder ein Lamborghini. Normale Pkws sind da eh schon recht ökologisch geworden. Ich bin da eher auf der Geldseite, also dass ich Geld sparen möchte.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Natürlich könnte ich verzichten. Ich tue es aber nicht, dem Tier zuliebe. Mein Hund möchte gerne spazieren. Irgendwo hin fahren, wo er laufen kann. Ich kann damit größere Einkäufe tätigen. Das hat rein praktische Gründe. Ich kann zu bestimmten Destinationen nur mit dem Auto. Shopping City mit den Öffis, das ist lästig, das kannst du dann nur mehr mit dem Auto machen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Basteln belastet keinen Menschen, kein bisschen. Mit dem Hund spazieren gehen. Rad fahren nicht so, die Radwege sind keinen Deut besser geworden in den letzten Jahren.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen? Was konnten Sie da beobachten?

Ich mache da negative Beobachtungen. Wenn man da den normalen Müll aufmacht und die großen Metallöldosen vom Chinarestaurant drinnen sieht. Können die sich nicht die Mühe machen über die Straße zu gehen und es dort ins Metall hineinzuwerfen? Sowas macht schon eine große Menge an Müll. Oder die Papierverpackungen vom Reis. Die Papiertonne steht direkt daneben. Ob das andere auch machen, kann ich schwer nachvollziehen, ich schaue nie so genau in die Container hinein. Der Großteil wird sich schon daran halten. Mein Vater ist die große Ausnahme, der konsumiert regelmäßig sein Bier und die Bierdosen wandern geradewegs in den Restmüll.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 16

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	45
Geschlecht	W
Beruf	Hausfrau
Haushaltsgröße	4
Kinder unter 18 im Haushalt	1
Wohngegend	Kleinstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 2.000 bis € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Es kommt darauf an, wo ich einkaufen gehe. Ich fühle mich gut, wenn ich zB zum Merkur gehe, denn dort finde ich fast alles. Normalerweise gehe ich aber auch in andere Geschäfte, um die Preise zu vergleichen oder auch, weil man nicht immer alles in einem Geschäft findet. Insgesamt habe ich da immer ein gutes Gefühl.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Ich überlege mir was ich alles benötige und in welches Geschäft ich gehen kann. Ich habe gesehen, dass es morgen ein Angebot beim Lidl geben wird, aber natürlich kaufe ich auch nicht alles dort. Ich muss mir aufschreiben, was ich brauche und dann gehe ich einkaufen. Zwei- bis dreimal in der Woche. Meistens fahren wir mit dem Auto, aber manchmal gehe ich auch zu Fuß einkaufen, wenn mein Mann nicht mitkommt. Ich selbst habe keinen Führerschein.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Ich empfinde es als sehr störend, wenn die Geschäfte voller Leute sind, oder auch wenn ich ein bestimmtes Produkt, das ich benötige, nicht finde, denn dann muss ich natürlich wo anders hingehen. Am liebsten gehe ich dorthin, wo ich das meiste finde. Sogenannte Wühltische mag ich auch nicht, also da wo alles irgendwie drinnen liegt und man es sich raussuchen muss. Es sieht auch nicht sehr ordentlich aus. Angenehm finde ich die Einteilung der Produkte, damit ich auf einen Blick erkennen kann, wo ich etwas finde, ohne lang zu suchen. Also wenn ich jetzt durch ein Geschäft gehe und die Produkte sind schön eingeräumt und die Gänge beschriftet, finde ich das praktisch. Natürlich auch, wenn es im Geschäft genug Platz gibt, da kann man sich in Ruhe bewegen, auch bei vielen

Leuten. Für mich ist einkaufen an sich angenehm, es macht mir Spaß, dass ich die Sachen kaufe, die ich brauche.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Normalerweise bin ich zufrieden. Ich gehe in verschiedene Geschäfte einkaufen, nicht nur in eines. Es kommt wie gesagt darauf an, wo ich hingehe. Bei Hofer oder Penny zB habe ich nicht so viel Auswahl wie bei Merkur oder Spar. Bei den kleinen Supermärkten finde ich die Auswahl nicht sehr groß. Wenn ich Leichtmilch kaufen will, finde ich bei Penny nur eine Sorte davon.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Mit den großen Supermärkten bin ich zufrieden, mit den kleineren nicht, denn dort gibt es nicht so viel Auswahl. Also beim Lidl und Penny ist die Auswahl zu klein, sonst passt es.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Bei Naturprodukten – diese Biosachen, die man normalerweise im Reformhaus findet – finde ich, dass es zu wenig Auswahl gibt. Oder mehr vegetarische Sachen. Sojaprodukte zB, so wie im Reformhaus, so ungefähr. Mehr Kosmetikartikel. Da muss ich in verschiedene Geschäfte gehen. Bei Merkur finde ich sehr viel Auswahl an Hühnerfleisch, dafür weniger an Faschiertem oder anderen Fleischsorten. Bei Obst und Gemüse bin ich zufrieden. Es gibt eigentlich genug, aber nicht zu viel.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich bin zufrieden, nicht überfordert. Bei Spar etwa habe ich einen guten Überblick, weil ich die Produkte leicht finde. In meinem Geschäft weiß ich, wo ich die Sachen finden kann.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ich lese auf jeden Fall immer was draufsteht und achte auf Dinge wie den Fettanteil in Prozent, auf Farbstoffe, Geschmacksverstärker oder ähnliches. Auf die Marke achte ich auch – ich mag es nicht, wenn es eine Marke ist, die ich nicht kenne. Oder einige Sachen habe ich gekauft, wo das Ablaufdatum nicht oben steht. Zum Beispiel bei trockenen Hülsenfrüchten.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Ich finde die Beschriftung sehr klein. Die könnte man ruhig viel größer drucken, sonst kann ich es nicht lesen. Ich muss dann immer die Brille rausholen. Es ist manchmal so klein, dass es mich ärgert. Wenn mir etwas nicht gefällt, also wenn ich sehe, dass da lauter Konservierungsstoffe oder diese ganzen ,,E“ s drinnen sind, dann kaufe ich es lieber nicht. Ich weiß was ich kaufen möchte und ich kenne mich mehr oder weniger aus mit den Bezeichnungen. Also, ich kaufe normalerweise nur das, was gesund ist. Oft sehe ich, dass die Zutaten ganz winzig klein gedruckt sind, und da stehen oft

Sachen dabei, die nicht so gut für den Körper sind. Oder auch, wenn Teile von Nüssen oder anderen Sachen dabei sind. Da kauft man sich zB Nüsse und da steht dann drauf, dass es gesund ist und voller Vitamine, aber ganz winzig klein steht dann noch was anderes dabei. Oder auch beim Fisch, da steht dann ganz klein dabei, dass es Spuren von Gräten enthalten kann. Manchmal steht auch dabei, dass es grätenfrei ist und dann findet man doch eine Gräte.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Dass die Schrift groß gedruckt wird oder zumindest normal. Ich denke, dass das für jede Person sehr wichtig ist – wenn sie gut lesen kann – was in dem Produkt drinnen ist. Und vor allem soll man bei den Zutaten auch alles hinschreiben, was drinnen ist. Ich meine, vielleicht machen die das auch. Und dass es überall ein Ablaufdatum gibt.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	3
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	2
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	3

Wichtige Anmerkungen: Bei Fleisch schaue ich auf den Kilopreis. Oder auch beim Gemüse und teilweise bei Früchten.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Nein, ich glaube nicht, dass sie darauf schauen, aber ich schaue schon darauf.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Also mir fällt jetzt nur das AMA Gütesiegel ein.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Ja, also wie gesagt, ich erinnere mich an kein Anderes. Ich schaue schon auf das Gütezeichen, aber es ist für mich nicht so wichtig. Also, wenn wir einkaufen gehen, schaue ich vor allem darauf, woher das Produkt kommt und mein Mann auf den Preis.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfs hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja, natürlich, es kommt auch darauf an, in welches Geschäft ich gehe oder auch an welchem Tag und wie weit das Geschäft ist und wo es ist. Die Sachen, die ich kaufen werde, sind für mich, für zu Hause, das ist ein ganz anderes Gefühl. Es ist einfach ein schöneres Gefühl.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Es ist für mich immer ein Erlebnis, das mache ich gerne, es gefällt mir einfach zu sehen, was es Neues gibt. Ich bin neugierig auf die neuen Sachen, vor allem bei Bekleidung und Haushaltssachen oder auch Möbel. Manchmal kaufe ich nichts, ich gehe nur hin und schaue. Das macht mir auch Spaß, das gefällt mir. Außer Technik, das interessiert mich nicht. Dort gehe ich fast nie hin. Normalerweise macht das mein Mann.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	1
Preis	1
Leistung (technische Daten)	2
Aussehen/Design	3
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	3

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Der Geschirrspüler, den habe ich vor ca. 4 Monaten gekauft.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Die Werbung, also ein Prospekt vom Haas ist nach Hause gekommen, da hat mein Mann gemeint, dass das ein super Angebot ist, weil die Maschine viel kann und außerdem stand da der Buchstabe A dabei und das bedeutet angeblich, dass man damit Energie spart.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Haben wir natürlich auch gemacht, klar. Mein Mann hat sich zB bei Media Markt oder Saturn informiert. Aber trotzdem war dieses Angebot vom Prospekt am billigsten. Vielleicht jetzt nicht um vieles billiger, aber immerhin.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Der alte Geschirrspüler war kaputt, wir brauchten einen neuen.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein, ich hab nicht mal darüber nachgedacht, weil niemand mir etwas schenkt.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Ja, wie gesagt, weil das Angebot günstiger war, als die anderen Angebote. Weil die Marke gepasst hat. Es hat uns einfach alles gefallen. Sie haben gesagt, sie kommen und installieren das und nehmen den alten Geschirrspüler gleich mit.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Naja, das hat eigentlich nicht lange gedauert, weil wir ja einen Geschirrspüler gebraucht haben, obwohl ich persönlich keinen wollte. So ungefähr drei Wochen, weil wir wieder auf unser Geld warten mussten. Oder ein Monat ca.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Vielleicht zehn Tage ungefähr. Es hat dann noch gedauert, bis wir die Maschine endlich bekommen haben, so ungefähr drei Wochen.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Am Anfang schon, sogar jetzt noch manchmal. Die Leute von dieser Firma sind zu uns gekommen und haben uns alles installiert und sie haben sogar unseren alten Geschirrspüler mitgenommen. Eigentlich ist die Maschine nicht sehr kompliziert, aber es gibt einige Funktionen die wir, bzw. ich nicht ganz verstehe. Aber eigentlich haben wir keine Probleme mit den Grundfunktionen. Auf einige Sachen muss ich erst noch draufkommen.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja, auf Deutsch und auf Spanisch.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Hätte man besser machen können. Am Anfang war es nicht so einfach für mich. Die Beschreibung hätte besser sein können. Ich bin zwar den Instruktionen gefolgt, habe sie aber nicht so gut verstanden. Es hat einige Zeit gedauert.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Gute Erfahrung, ohne Probleme. Ich mache das nur sehr selten. Einmal im Jahr vielleicht. Das einzige was ich im Internet kaufe, sind Theaterkarten. Und Hotels buche ich auch.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Nein, nein. Bis jetzt nicht.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Das geht schneller. Da kannst du alles am Computer machen und nach ein paar Tagen hast du alles zu Hause. Man weiß aber nie, ob jemand bei der Bestellung auf die Karte zugreifen kann. Ich mache das noch nicht so gerne.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Glaube schon, ja.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Passt eh.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	3
Bekleidung	10	10
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	12	12
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	5	5
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	6	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	15
Computer	5	10
Mobiltelefone	4	6
Pkw	10	15

Wichtige Anmerkungen: Unser Auto haben wir schon sehr lange, aber wir benutzen es auch kaum.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mit unserem Auto bin ich immer noch zufrieden. Ein 1998er Toyota.

Unzufrieden war ich mit unserem Geschirrspüler. Ein Whirlpool. Viereinhalb Jahre.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das nicht erforderlich?

Ja, ich glaube schon, dass das notwendig ist.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Ich glaube schon, dass es so sein wird.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Das ist vielleicht ein Büro oder eine Gruppe von Leuten, die sich um die Leute kümmern. Um die unzufriedenen Leute. Die geben einem Informationen und sagen dir, wo man hingehen kann und was man machen kann.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Dann schaue ich wo dieses Büro ist und dann gehe ich dort hin. Ich müsste vorher im Telefonbuch nachschauen.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Lebensmittel, Medikamente.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	2
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	4
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	2
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	2
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Bei uns hat noch kein Verkäufer an der Haustüre geklingelt, aber wenn das vorkommt, dann kann er gleich wieder gehen.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Nein, eigentlich nicht.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nein, kenne ich nicht so genau.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja. Vielleicht mit zehn Jahren, ab der vierten Klasse oder so.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Das ärgert mich. Werbung im Fernsehen mag ich nicht. Auch nicht das was ich nach Hause bekomme, das schmeiße ich normalerweise weg. Selten ist da was Interessantes dabei. Plakate sind ok. Ich schaue normalerweise nicht was es ist, aber manchmal sind ganz nette Bilder drauf. Blumen, Landschaften oder was auch immer.

Fühlen Sie sich insgesamt nur belästigt oder auch unterhalten und informiert?

Belästigt. Ganz selten sind wichtige Informationen dabei, wenn ich welche brauche, aber die kann ich mir auch selber beschaffen.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Ja, meine Nachbarin. Manchmal sprechen wir und da sagt sie „ich habe das dort gekauft, weil es da ein Angebot gab“.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Die Werbung manipuliert die Leute. Die Leute werden durch Angebote verführt. Da wird auch viel gelogen. Die Frauen lassen sich da leichter verführen. Normalerweise erledigen ja die Frauen die Einkäufe. Vielleicht noch diejenigen, die nicht so viel Bildung haben. Und die alten Leute, glaube ich. Manchmal gibt es Angebote nur für Senioren, zB beim Zielpunkt. Mittwochs ist Seniorentag. Da kommen dann die ganzen Senioren angerannt. Die haben ja genug Zeit.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Auch sehr stark.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja. Zuerst an meine Nachbarn. Die Familie lebt in Mexiko und die Freunde sind auch weiter weg.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Nicht so oft, vielleicht zweimal im Jahr oder so.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Auf die… wie sagt man das… Ehrlichkeit. Und… Freundlichkeit auch. In der Arbeit in Wien habe ich bemerkt, dass darauf geschaut wird was du für ein Auto hast, ob du verheiratet bist und wo du

wohnst, ob du ein Haus hast und so einen Blödsinn. Oder ob du ein Studium hast und solche Sachen. Das habe ich bemerkt.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Ich glaube, die Leute haben früher nicht so genau darauf geschaut was er oder sie hat und ob jemand studiert hat oder nicht. Sie waren einfach da und bereit zu helfen.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich glaube schon, dass die zufrieden sind.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich bin auch zufrieden.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ein Schreibtisch wäre schön. Ich habe aber wichtigere Sachen. Es wäre wichtig, aber jetzt auch nicht so wichtig. Das wäre dann halt mein eigener kleiner Bereich.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Nein, kenne ich nicht.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Ja, ich schaue schon, was der Computer oder die Maschine machen kann. Vielleicht sind das Sachen, die ich brauche. Natürlich habe ich es gerne einfach, aber ich möchte trotzdem alles nutzen was es gibt.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Ja.

Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde?

Beim Geschirrspüler haben wir uns beschwert. Nicht bei der Herstellerfirma, sondern bei der Versicherung, als die Maschine kaputt ging. Die haben gesagt, dass das nichts mit der Maschine zu tun hat. Das war irgendwas mit dem Wasser. Die Maschine war kaputt und das haben sie auf jeden Fall nicht akzeptiert.

Wurde eine Lösung gefunden?

Nein, wir haben kein Geld von der Versicherung bekommen und wir haben eine neue Maschine kaufen müssen.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Mir gefällt es nicht, wenn es so viele Leute beim Einkaufen gibt und die ganzen Stände neben der Kassa. Das finde ich ein bisschen störend. Die nehmen so viel Platz weg. Wir sollten mehr über Konsumentenschutz hören, sodass die Leute gut informiert werden. Vom Konsumentenschutz sollte mehr Werbung existieren. Im Fernsehen zB, damit die Leute mehr wissen was das ist und wo man sich informieren kann.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	2
Lärm	2

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Sechs Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Das passt, es gibt genug. Was mir vielleicht ein bisschen fehlt, sind größere Gewandgeschäfte und Artikel für zu Hause. Bettwäsche und sowas. Also größere Geschäfte, es gibt hier kleinere Geschäfte, aber da findet man nicht so viel. Große Möbelgeschäfte wären nicht schlecht. Da müssen wir immer weit fahren.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Teuer ist alles geworden. Die Leute wirken unzufriedener, weil alles teurer geworden ist. Jeder spricht über Euro, Euro, Euro. Man hört immer nur Klagen, auch in den Medien.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Vorteile sind, dass man in einigen Ländern nicht Geld wechseln muss. Man kann mit Euro reisen und man weiß genau, was man in den Ländern zahlen muss, wenn man vergleichen kann von Land zu Land. Normalerweise ist das mit anderen Währungen ein bisschen schwieriger.

Nachteil ist, dass die Länder Probleme haben und ums Überleben kämpfen müssen. Man muss auch immer einverstanden sein, mit dem was die anderen Länder sagen. Also nicht müssen, aber sollen. Dadurch gibt es überall mehr Probleme. Als jeder seine eigene Währung hatte, hat jeder seine eigenen Probleme gehabt.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Nicht so schön. Nicht so gut. Es wird noch mehr Probleme geben.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Mit dem Umgang usw. habe ich kein Problem. Der Schilling hat mir trotzdem besser gefallen, als der Euro.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ja, aber mit den Münzen ist es ein bisschen…diese kleinen Münzen… manchmal sind das so viele. Wenn ich zu viele in der Tasche habe, dann gebe ich die in eine Spardose. Die vielen Münzen sind ja schwer. Wenn ich zu viele habe, dann bringe ich die zur Bank.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Nein. Nie. Ich bin seit etwa 26 Jahren in Österreich und hatte mit dem Schilling 15 Jahre lang zu tun.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Ja.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Bei Lebensmitteln und bei Gewand. Aber auch bei anderen Sachen, die man für zu Hause braucht. Wenn es etwas zu reparieren gibt und so.

Glauben Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das eher andere Gründe?

Ich glaube schon am Euro.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Nein. Telefonieren schon, aber das hat nichts mit dem Euro zu tun.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Ein besseres Leben für die Welt führen. Nicht nur für das Land, sondern für die ganze Welt. Helfen, mit dem ganzen Recycling und sammeln von den ganzen Sachen wie Metall, Karton und sowas. Nicht so viele giftige Sachen verwenden für die Pflanzen und für die Menschen. Bei den Deos und Spraydosen. Die Kinder sollten das von Anfang an lernen und darüber sprechen. Natürlich auch zu Hause. Lernen, nicht alles gleich wegzuschmeißen, sondern weiter verwenden oder reparieren.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Putzmittel mit vielen giftigen Sachen. Nicht so viele aufwendige Verpackungen. Manchmal kann man wählen, da kaufe ich dann lieber die größere Packung, als viele kleine.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

In meiner Situation ist es ein bisschen schwer, weil ich nicht darauf verzichten kann meine Familie in Mexiko zu besuchen. Da kommt man nur mit dem Flugzeug hin. Ansonsten fahre ich aber eher mit dem Zug. Wir haben ein kleines, sparsames Auto. Je weniger Benzinverbrauch, desto besser. Für die Umwelt und wegen dem Geld.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Kann man schon verzichten, ja. Es ist wichtig und bequem, aber nicht lebensnotwendig.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Nein. Höchstens Gartenarbeit und im Wald spazieren gehen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Nein, die nehmen das nicht ernst. Die Leute schmeißen Metall dort hinein wo Plastik hineingehört. Oder Glas in den normalen Mülleimer. Sachen, die da nicht hineingehören werfen die da hinein. Das ist nicht gut.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 17

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	45
Geschlecht	M
Beruf	Baggerfahrer
Haushaltsgröße	6
Kinder unter 18 im Haushalt	3
Wohngegend	Land
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 2.000 und € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Wie soll ich mich fühlen? Das ist unangenehm und lästig. Ich bin aber beim Einkaufen eh nie dabei, das machen immer meine Frau und meine Mutter gemeinsam während ich am Arbeiten bin. Wenn ich mitkomme, bleibe ich meistens im Auto sitzen.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Da bin ich wenig begeistert, wenn ich mitfahren muss. Wenn ich mal einen freien Tag habe, bin ich hin und wieder mit dabei. Samstags hin und wieder. Aber da stehe ich eh nur herum und warte, dass die Zeit vergeht. Ich darf dann halt die ganzen Sachen schleppen. Meine Frau hat immer ihre Einkaufslisten mit dabei.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Angenehm… Gar nichts ist angenehm. Mich nerven die vielen Leute. Da kehre ich dann wieder um und warte im Auto, wenn zu viele Leute unterwegs sind. Beim Hofer schaue ich hin und wieder, was die gerade so für Angebote haben. Da sind oft Werkzeuge und andere Sachen dabei, die man halt so braucht. Ich ärgere mich jedes Mal, wenn an der Kassa die Leute Schlange stehen und es so lange dauert, bis eine zusätzliche Kassa aufgemacht wird.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Zufrieden. Ich bin da sehr genügsam.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Zu groß, ich finde mich da nicht zurecht, aber meine Frau kennt sich eh aus.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Nicht wirklich. Meine Frau kauft eh immer die gleichen Sachen, die wir halt so kennen. Bei den ganzen Pflegeprodukten gibt es deutlich zu viele Sachen. Wer braucht da so viele verschiedene? Dadurch wird man jetzt auch nicht schöner. Da sagt einem die Werbung, dass man das braucht und die Weiber rennen gleich los und kaufen den Dreck. Für mich ist das reine Geldverschwendung, aber was soll's. Bezahlen darf's dann eh ich im Endeffekt. Bei dem ganzen Biozeug gibt's auch zu viel. Die schreiben da halt Bio drauf und die Leute glauben, dass das dann gesünder und besser ist. Alles ein Blödsinn.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Das passt schon. Meine Frau weiß eh wo alles ist und ich schaue maximal wegen den Getränken, oder dem Fleisch.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Nein. Ich lese mir das nicht durch. Das ist eh größtenteils nicht wahr, was da oben steht. Die schreiben da ja eh drauf was sie wollen. Da gehören viel strengere Gesetze und Kontrollen her.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Nein, was für Probleme? Es lässt sich halt wie gesagt nicht immer erkennen, ob es auch stimmt, was angeschrieben ist. Da wird sicher auch gerne was weggelassen und verschleiert.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Mehr Ehrlichkeit. Da fällt mir ansonsten jetzt nichts ein.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	3
Ablaufdatum	4
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	5
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	5

Wichtige Anmerkungen: Die Sachen sollten aus Österreich sein. Es wird alles so aufwendig verpackt, da müssen die Firmen darauf schauen, dass das umweltgerecht verpackt ist. Irgendwas müssen wir ja kaufen, Mist macht sowieso alles. Wir haben da keine große Wahl, verhungern wollen wir ja auch nicht.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Nein, da schaut kein Mensch drauf.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Spontan kann ich Ihnen da jetzt nicht viel sagen. Das AMA halt.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Dass ich weiß, dass es aus Österreich kommt. Meine Frau weiß da sicher mehr darüber.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ich kaufe da immer gleich mehr ein, damit ich für die nächsten Jahre eine Ruhe habe. Wenn es wo einen Abverkauf gibt, dann nehme ich mir gleich mehrere Hosen und Hemden gleichzeitig. Passen muss es.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Was für ein Erlebnis? Ich probiere es vorher an. Wenn eine Hose passt und günstig ist, dann wird sie gekauft. Meine Frau und ich gehen da immer getrennt. Ich will mich nicht zu lange in einem Geschäft aufhalten.

Und wie ist das bei Elektronikprodukten?

Das ganze elektronische Klumpert interessiert mich jetzt weniger. Wenn wir einen Fernseher oder sowas brauchen, dann fahren wir halt in die Stadt. Das soll dann insgesamt auch nicht zu lange dauern.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	4
Preis	1
Leistung (technische Daten)	3
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	3

Wichtige Anmerkungen: Du kannst eh nie wissen, ob das alles stimmt, was dir die Verkäufer da erzählen.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Einen Fernseher haben wir uns gekauft.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Wir sind ins Geschäft gefahren, um unseren Fernseher reparieren zu lassen, die haben mir aber gesagt, dass die Reparatur teurer wäre, als ein neuer Fernseher. Deswegen haben wir uns gleich einen neuen gekauft, der gerade im Angebot war.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Wir haben eh den genommen, der gerade im Angebot war.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Habe ich eh gesagt, weil der alte Fernseher nicht mehr zu reparieren war. Wir haben halt in dem Moment einen gebraucht.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Von wem schenken? Nein, geschenkt gibt’s da nix.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Der war gerade günstig zu dem Zeitpunkt.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Ich glaube so drei Tage, bis wir ins Geschäft gefahren sind.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Wir haben den gleich gekauft.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Die Technik ist immer ein Hund. Der Elektriker hat uns den Fernseher eingestellt, aber ich habe dann erst zu spät bemerkt, dass die Sender falsch gereiht waren. Wir wollten das so wie bei unserem alten Gerät haben. Da hat er dann nochmal herkommen müssen.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nein, das ist mir zu technisch. Der Techniker kennt sich da besser aus, dazu ist er ja da.

Können Sie sich an die letzte Betriebsanleitung erinnern, die Sie gelesen haben?

Weiß ich jetzt nicht mehr.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Nein, für sowas interessiere ich mich nicht.

Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden? (fehlende Datensicherheit, mangelhafte Rechtsdurchsetzung, technische Barrieren,…)

Wir haben ja kein Internet. Sowas brauchen nicht. Ich werde mein Leben lang keinen Computer brauchen.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Ich habe ja kein Internet, das müssen Sie die Leute fragen, die sich mit sowas befassen. Da kann ich nicht viel dazu sagen.

Rein vom Gefühl her: was meinen Sie wären da so die Vor- und Nachteile?

Vorteile weiß ich keine. Das ist eher was für faule Leute, die nicht von ihrem Sofa aufstehen wollen. In ein paar Jahren geht dann keiner mehr aus dem Haus und alle sitzen nur noch vor ihren Bildschirmen. Wenn das kein Nachteil ist, dann weiß ich auch nicht. Ich fahre da lieber ins Geschäft. Da hast du jemanden, der dir alles erklären kann. Dort wird man zwar auch beschissen, aber im Internet geht das ja noch viel leichter.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Das sollte alles viel länger halten, man zahlt ja genug Geld dafür. Wenn ich mir etwas kaufe und das ist dann gleich wieder hin, dann werde ich narrisch. Die Leute sind da unzufrieden, würde ich meinen.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Wieso fragen Sie mich, was die denken? Ich kann ja nicht für die anderen sprechen. Ich kann höchstens meine Meinung dazu sagen.

Es geht hier rein um Ihre Einschätzung.

Na dann sagen wir halt „zu niedrig“.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	5	10
Bekleidung	3	5
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	3	5
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	5	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	20
Computer	10	10
Mobiltelefone	5	5
Pkw	15	15

Wichtige Anmerkungen: Wenn die Schuhe ausgetreten sind, dann verwende ich sie als Arbeitsschuhe weiter. Möbel kann man ja zum Teil ewig verwenden. Das ganze filigrane Klumpert ist ja gleich wieder hin *(Anmerkung: betrifft kleine Haushaltsgeräte)*. Wir fahren mit unserem Auto schon zwölf Jahre und das geht immer noch.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Früher oder später ist eh alles kaputt gegangen. Obwohl… so kann man das auch nicht sagen. Am ehesten war ich noch mit meiner Makita Bohrmaschine zufrieden, die ist jetzt schon 20 Jahre alt.

Mit meinem Fernseher war ich sehr unzufrieden. Das war so ein Grundig Klumpert. Sechs Jahre hat er nur gehalten, dann war das Bild auf einmal schwarz.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Die sollen leichter reparierbar werden. Heute kann man nur noch die wenigsten Sachen selbst reparieren. Ich versuche die Dinge zu reparieren, wenn es geht. Früher hat man die meisten Sachen selbst reparieren können, heutzutage muss man sie wegwerfen, weil da nichts mehr zu machen ist. Die Reparaturen werden sowieso immer teurer. Hat man eh bei unserem Fernseher gesehen, da hat der Elektriker gemeint, ein neuer Fernseher wäre günstiger als die Reparatur. Das ist ein Wahnsinn, nicht?

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass den Konsumenten geholfen wird, wenn sie ein Problem haben. Bei Streitigkeiten mit einem Händler und solche Angelegenheiten. Oder?

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Da würde ich bei der Bezirkshauptmannschaft nachfragen, die sagen mir das schon. Die haben mir dort immer weiterhelfen können.

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Eh überall, wo man halt was kauft.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	2
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	5
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	5
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	3

Wichtige Anmerkungen: Haustürgeschäfte… Wenn jemand bei uns anläutet, dann verjage ich ihn gleich.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Nein, habe ich bis jetzt nicht gebraucht.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Da kümmere ich mich zu wenig drum.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja, die sollen was Gescheites lernen in der Schule. So früh wie möglich.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Die wollen einen für blöd verkaufen. Wer ist bitte so deppert und glaubt das, was er in der Werbung sieht? Die wollen einem da was andrehen, was man in hundert Jahren nicht brauchen kann. Bei uns schalten sie wenigstens zwischen den Filmen noch keine Werbung, aber das kommt bestimmt noch so wie bei den Deutschen. Im Radio hast du ja auch ständig diese Werbung. Es wiederholt sich eh ständig. Auf Plakate schaue ich nicht. Meine Frau liest sich die Prospekte durch und nach denen geht sie dann einkaufen.

Fühlen Sie sich auch teilweise informiert?

Nein, ich brauche keine Werbung. Das ist keine Information, das ist Manipulation.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja. Diejenigen, die sich da was einreden lassen. Die Blöden halt, die mit dem Strom schwimmen.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Meine Frau. Die geht immer nach den Prospekten und wenn sie da was sieht, dann muss sie am nächsten Tag gleich ins Geschäft gehen. Oder wenn sie was im Fernsehen sieht. Dieses Activia zB, was eh nix hilft. Ich sag immer „kauf den Schaß nicht, das ist sauteuer und macht nur dick“. Aber sie lässt sich da nix einreden von mir.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Das lässt sich schwer sagen. Die Jungen lassen sich da früher etwas einreden, als die anderen. Die sind noch unerfahren und glauben das eher, was sie in der Werbung sehen oder hören. Da kommt man erst mit der Zeit drauf, dass da nur gelogen wird. Oder man kapiert es sein Leben lang nicht, solche gibt es auch zu genüge.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Na schon. Vor allem durchs Fernsehen.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja, meine Nachbarn sind hilfsbereit. Man hilft sich halt gegenseitig, wenn was ist. Die Familie auch, die wohnen aber Großteils nicht in der Ortschaft.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Öfters, wenn man halt mal was braucht. Alle paar Monate mal.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Ehrlichkeit, Hilfsbereitschaft, Verlässlichkeit. Sowas in der Art.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Bei mir nix. Bei den anderen weiß ich es nicht. Mir ist da nichts aufgefallen.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Denen geht nix ab. Freilich wird es immer welche geben, die jammern. Zufrieden ist man trotzdem irgendwie.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Wir sind zufrieden. Außer vielleicht die Kinder, die wollen immer dies und das haben. Die müssen halt noch lernen, dass man nicht alles haben kann.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ein neues Auto wäre mal wieder nicht schlecht. Unseres geht aber eh noch ganz gut. Alle zwölf Jahre will man dann halt doch langsam wieder ein neueres. Ältere Autos stehen immer öfter in der Werkstatt und das geht dann letztendlich auch ins Geld.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Ja, da kenne ich schon wen.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Die Frau von einem Arbeitskollegen ist ständig am Einkaufen und bestellt laufend etwas aus Versandkatalogen. Er schimpft eh immer mit ihr, aber das bringt nix. Die lässt sich da überhaupt nicht einbremsen, obwohl sie eh schon auf Kredit leben. Das ganze Klumpert steht dann in der Wohnung herum, so dass du dich dort überhaupt nicht mehr rühren kannst. Krankhaft sowas.

Weshalb glauben Sie macht sie das?

Na weil… der ist halt einfach fad daheim. Oder sie glaubt, sie ist dann wer.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Zusatzfunktionen? Nein. Die Waschmaschine habe ich nie bedient und beim Fernseher brauchst du eh nur ein- und ausschalten, umschalten und lauter und leiser drehen. Der Rest ist unnötig. Mit meinem Handy will ich nur telefonieren können. Ich schreibe da nie Nachrichten, das ist mir zu umständlich.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Weil der Fernseher nicht reparieren gegangen ist und ich mir einen neuen kaufen musste. Gut, das kann man nicht gelten lassen. Da muss ich jetzt nachdenken… Sonst hätte es da nichts gegeben, soweit ich weiß.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Es gibt immer mehr Billigprodukte aus China. Die halten nicht lange und haben keine Qualität. Wenn die Löhne dort steigen, wird sich das aber hoffentlich eh wieder umkehren.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	4
Wohnumgebung	1
Nachbarn	1
Verkehrsanbindung	4
Lärm	1

Wichtige Anmerkungen: Die Kinder fahren mit dem Bus in die Schule, aber ansonsten müssen wir alles mit dem Auto fahren.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Seit Geburt. 45 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein, das haben wir nicht vor. Dazu haben wir viel zu viel Arbeit in dieses Haus gesteckt.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Ja, ich muss weiter weg fahren mit dem Auto. Bevor wir aber in die Stadt ziehen, nehmen wir es lieber in Kauf, dass wir hier im Ort keine Möglichkeiten zum Einkaufen haben. Man kann nicht erwarten, dass hier Geschäfte eröffnet werden, das wird es nicht geben. Am ehesten würde ich mir eine Trafik in der Nähe wünschen, oder einen Greißler. In der Stadt gibt es aber eh alles. Mit dem Auto ist das gar nicht so weit.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Alles ist teurer geworden. Da braucht man nur in den Supermarkt gehen oder zur Tankstelle fahren, um das festzustellen.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Vorteile gar keine. Alles ist teurer geworden. Ich habe immer gesagt, dass wir nicht dazu gehen sollten, aber alle haben groß geredet, wie wichtig die EU für uns ist. Wenn man heute wen fragt, dann hat jeder gegen die EU gestimmt. Aber wer waren dann bitte die 60%, die dafür gestimmt haben? Jetzt streiten sie es alle ab. Ich habe ja immer gesagt, dass wir die EU nicht brauchen.

Fallen Ihnen noch ein paar konkrete Nachteile ein?

Wir zahlen Millionen an die EU, dafür sagen die uns, was wir tun sollen und was nicht. Dafür geben wir so viel Geld aus? Es weiß eh jeder, dass die alle korrupt sind und für die Industrie Lobbying betreiben. Das Geld versickert irgendwo. Die Schweiz kommt ja auch ohne EU zurecht, wir sind da viel zu überstürzt dazu gegangen. Die EU mischt sich immer mehr in unsere Angelegenheit ein. Die sollen lieber erst schauen, dass sie ihre Bürokratie und die Korruption in den Griff bekommen!

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Die Lage wird immer schlechter. Es wird mehr und mehr Länder geben, die Geld von uns brauchen. Wir sind ja die Nettozahler. Der ganze Osten kommt zu mehr Wohlstand auf unsere Kosten. Am Ende

sind dann wir diejenigen, die kein Geld mehr haben, weil wir es den anderen nachschießen. Und dann werden wir sehen, ob die uns auch helfen.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Ich habe mich nicht daran gewöhnt. Man gibt automatisch mehr Trinkgeld her, weil die Beträge viel niedriger sind. Das kommt einem aber nur so vor. Wenn man in Schilling umrechnet, merkt man dann, wie teuer das eigentlich wirklich war.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Das muss jeder schon im Gefühl haben. Ich ärgere mich aber immer wieder, dass so viel Kleingeld zusammen kommt. Das ist dann oft eine Herumsucherei im Geldbörsl.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Ja, zeitweise. Wenn ich bei teuren Sachen nicht genau abschätzen kann, wie viel das tatsächlich kostet.

Sie haben gemeint, dass das Leben seit dem EU-Beitritt teurer geworden ist. In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Speziell bei Lebensmitteln und im Wirtshaus durch das Aufrunden.

Meinen Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder wird das eher andere Gründe haben?

Am Euro, aber auch an den Spekulanten und den Politikern. An der Gier und der Korruption.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Elektronisches Klumpert und Werkzeuge. Das liegt aber daran, dass die aus China kommen und die Leute dort einen Schaß verdienen.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Gibt’s schon. Weniger Auto fahren und den Müll dort hinein werfen, wo er hingehört. Weniger weghauen, sondern verwenden, bis es wirklich nicht mehr geht. Das hört sich alles schön und gut an, aber den Klimawandel kann man sowieso nicht mehr aufhalten, habe ich gehört. Man kann höchstens darauf schauen, dass nicht so viel Müll zusammen kommt. Das landet alles auf Deponien und keiner weiß mehr wohin damit.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja, ich bin da schon genügsam. Ich kann aber auf nichts verzichten, was lebensnotwendig ist. Viel Luxus gönne ich mir ohnehin nicht.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Ja, ich fliege eh nicht so weit auf Urlaub. Das interessiert mich gar nicht so sehr, wir machen lieber in Österreich Urlaub. Wenn die Benzinpreise weiter so steigen, lohnt es sich bald ein Elektroauto zu kaufen.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Da kann nicht verzichtet werden. Ich brauche eines im ländlichen Gebiet. Bei uns fährt sonst nix.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Handwerklich mache ich sehr viel und auch im Garten. Rasenmähen, Thujen schneiden und solche Sachen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Für Glas, Papier und Plastik haben wir Container im Dorf. Sonst ist der gelbe Sack da. Da gibt es welche für Dosen, Aluminium und Plastik. Mir wäre noch niemand aufgefallen, der alles in den Restmüll haut. Bei uns wird getrennt.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 18

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	47
Geschlecht	W
Beruf	Steuerberaterin
Haushaltsgröße	2
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Mehr als € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Universität, Akademie, Fachhochschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Hungrig, wenn ich nach der Schule losstarte. Sonst ist das eher eine Pflichtaufgabe. Ein Muss. Für die täglich fälligen Einkäufe. Da steht weniger die Überlegung dahinter, ob man will oder nicht, sondern viel eher was man braucht und wann man sich das am besten besorgt.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Schade, um den Zeitaufwand. Wenn man sich überlegt, wie viel Lebenszeit dabei draufgeht.

Wie gehen Sie dabei vor? Haben Sie eine Einkaufsliste oder gehen Sie spontan einkaufen?

Spontan. Ohne Liste.

Wie oft kommt es vor, dass Sie einkaufen gehen?

Zwei- bis dreimal die Woche. Ein Großeinkauf pro Woche und das Andere sind eher die fehlenden Sachen.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Positiv sind die großen Kaufhäuser, die alles unter einem Dach haben, sodass keine anderen Wegzeiten anfallen. Zeitersparnis empfinde ich als positive Sache. Sonst fällt mir nichts Positives am Einkaufen ein. Und zum Negativen: Nicht funktionierende Einkaufswägen, blockierende Räder. Bei der Kassa dauert das Ausschlichten aufs Förderband relativ lange. Wäre fein, wenn man nur durchfährt und dann zahlt, ohne Aussortieren und Einsortieren.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Sehr zufrieden.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Weder noch. Das Bestehende ist ausreichend.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Nein… die Vielfältigkeit ist ein zusätzliches Angebot, aber in vielen Bereichen ist es für mich sowieso nicht erforderlich. Ich für meinen Teil trinke nur Wasser, deswegen brauche ich die Softgetränke nicht. Das ich sagen würde, dass es mir irgendwo zu viel Auswahl gäbe, das ist nicht der Fall. Was aber jetzt auch nicht heißen soll, dass ich irgendwo mehr Auswahl benötigen würde.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich bin da eher preisgesteuert und gehe zu den Artikeln, die im Sonderangebot sind und damit grenze ich das Ganze wieder ein. Somit geht mir auch nie der Überblick verloren.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ich muss sagen, ich bin da nicht so genau, dass ich mir das anschaue. Dementsprechend vermisse ich keine Angaben. Für meine Bedürfnisse sind die vorhandenen Angaben ausreichend.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Dadurch, dass ich nicht schaue, kann ich das schwer beurteilen.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Generell eher beim Preis. Es ist störend, dass ich den kleinen Kilopreis eruieren muss, damit ich Rückschlüsse daraus ziehen kann, was das Produkt tatsächlich kostet. Oder eben den Literpreis. Die Preise, die der besseren Vergleichbarkeit dienen, sind zu klein angeschrieben. Das nimmt einem schon die Freude am Preisvergleich.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	2
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	4
Herkunftsland	2
Hersteller/Produzent	2
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ja, glaube ich schon, das wird immer mehr gesteigert.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das AMA. Ja!Natürlich… wobei das eher ein Werbeträger ist. Sind da noch mehr?

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Bei Fleischwaren ist mir das AMA wichtig, sonst nicht.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja. Der Unterhaltungswert ist größer. Da ist man mit mehr Freude bei der Sache. Man macht das ja auch weit seltener.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Eher ein Erlebnis. Das ist relaxend, da versuche ich mich zu entspannen und lasse mich nicht stressen. Ich schaue mich in Ruhe um und probiere die Sachen an. Es kommt nur selten vor, dass ich nach Hause gehe, ohne mir etwas gekauft zu haben.

Verhält es sich bei elektronischen Produkten ähnlich?

Bei Elektronik verhält es sich anders, da gehe ich gezielter einkaufen. Da nehme ich mir auch nicht so viel Zeit dafür. Das Interesse ist niedriger.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	1
Preis	2
Leistung (technische Daten)	2
Aussehen/Design	1
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	1
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	3

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Computer… gerade eben passiert.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Im Geschäft. Vorher noch im Internet einen Preischeck gemacht.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Es war eine Ersatzanschaffung. Vorher hatte ich nur einen Laptop und dann wollte ich einen richtigen PC haben. Einen der schneller ist und mehr Speicher hat.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Gedacht schon, aber es schenkt mir leider niemand was (lacht).

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Die Notwendigkeit. Allein schon von Berufs wegen. Der Preis war ausschlaggebend und die dazu passende Leistung. Primär aber der Preis.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Ein Jahr.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Zwei Tage.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Ja. Ein Freund musste das Aufsetzen, ich war dazu nicht in der Lage. Die Systeme sind nicht unbedingt benutzerfreundlich. Da gibt es einiges, was man sich wünschen könnte. Die sind noch lange nicht selbsterklärend.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja, aber wie gesagt… jetzt sind wir wieder da, wo eine einfachere Beschreibung wünschenswert wäre.

Was hätte man Ihrer Meinung nach konkret besser machen können?

Weniger Text und leichter interpretierbar. Verständlicheren Text und weniger unwesentliche Informationen.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Nein.

Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden? (fehlende Datensicherheit, mangelhafte Rechtsdurchsetzung, technische Barrieren,…)

Weil ich keine Kreditkarte habe. Der Bedarf wird auch so abgedeckt. Die Notwendigkeit besteht nicht, dass ich da online etwas kaufen würde.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Die zeitliche Flexibilität als Vorteil. Man kann am Wochenende und am Abend bestellen. Rund um die Uhr, ohne zeitliche Beschränkungen. Demgegenüber stehen die Risiken in der finanziellen Abwicklung.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Sind eher zufrieden, ich habe nichts Gegenteiliges gehört.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Das passt. In der Technologie ändert sich das eh so schnell, dass man das bald austauschen muss. Bei Bekleidung ist es der Modewandel.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	1	2
Bekleidung	5	2
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	10	10
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	3	5
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	8	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	5	3
Computer	5	3
Mobiltelefone	2	2
Pkw	7	7

Wichtige Anmerkungen: Die Lebensdauer kann aufgrund der Mode ruhig kürzer sein *(Anmerkung: betrifft Bekleidung)*. Das ändert sich relativ schnell von der Technologie her. Da kauft man sich schneller etwas Neues, als die Sachen eigentlich tatsächlich halten würden. Die brauchen gar nicht so lange halten *(Anmerkung: betrifft Fernseher und Computer)*. Ich sehe das so, dass die Dinge dann rumstehen. Sie würden zwar länger halten, werden aber nie mehr genutzt.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Langlebigkeit wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Waschmaschine, eine Siemens. Die hält noch immer. 8 Jahre sind es nun. Mein Fön, ich weiß nimmer welche Marke das war. Er war außerhalb der Garantiezeit, das dürften sieben Monate gewesen sein.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Reparatur ist schon ein Thema. Das ist immer eine Preisfrage. Wenn ich statt der Reparatur ein neues, besseres Gerät bekomme, nehme ich lieber das andere.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Die Produkte werden vermehrt austauschbar.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Gewährleistungen. Gesetzliche Gewährleistungen. Kostenlose Beratung. Kontaktaufnahme zu den Firmen. Juristen stehen kostenlos zur Verfügung, wenn man beschädigte Produkte hat, dass man dann weiß was einem rechtlich zusteht an Schadensersatzforderungen an Gewährleistungsfristen und, und, und.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

VKI. Internet. Ombudsmann. Bürgeranwalt.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Bei technischen Geräten.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note zwei bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	2
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	3
Haustürgeschäfte	4
Wohnung und Grundstücke	2
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	2

Wichtige Anmerkungen: Haustürgeschäfte kommen so selten vor.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ja. Eher im Fernsehen. Nicht direkt Kontakt aufgenommen, sondern eher medial.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nicht wirklich gut, aber auch nicht wirklich schlecht. Könnte besser sein.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja, wichtig. In der Oberstufe dann.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

„Manipulation“ würde ich sagen (lacht). Die Filme sind immer wieder unterbrochen von Fernsehwerbung. Es ist ein lästiges Übel. Die Werbung im Briefkasten nutze ich eher. Da informiere ich mich über Angebote und kann mich selbst informieren, beim Anderen werde ich berieselt. Plakate nehme ich wahr, aber da kann ich wegschauen, wenn ich sie nicht sehen will. Generell ist Werbung sicher wertvoll, wenn sie nicht so indoktrinierend ist wie Fernsehwerbung.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Ja, ich. Ariel oder Persil. Eigentlich wollte ich die gute Werbung quittieren. Da war ein direkter Zusammenhang gegeben. Da ich mit dem Produkt auch zufrieden war, bin ich dabei geblieben.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Wegen der Reichweite. Es kommt in jedes Wohnzimmer, man kann sich dem nicht entziehen. Jugendliche lassen sich leichter inspirieren. Ansonsten würde ich das nicht so abstufen. Eher die Altersgruppierungen, aber keine Bildungsschichten.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Sehr stark. Grundsätzlich die Kinder als Zielgruppe zu lukrieren ist ganz toll, aber die Finanzierung kommt immer von den Eltern. Die Eltern sind den Wünschen der Kinder ausgeliefert, bzw. dem Druck, den die anderen Kinder auf die eigenen ausüben.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Familie, Freunde oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Nein, Nachbarn nicht. Freunde ja. Familie ist zu weit entfernt.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Selten. Maximal ein paarmal im Jahr.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Der Lebensstandard. Wo wir wieder bei materiellen Werten sind. Man wird an dem gemessen, was man besitzt. Hauptsächlich kommt das vom Markt. Dieser extreme Kapitalismus, wo wir derzeit sind, reduziert alles nur noch auf materielle Dinge. Es ist ein gesellschaftliches Problem. Man müsste die gesellschaftliche Wertehaltung ändern. Von heute auf morgen geht das nicht.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Es war mehr Anteilnahme da. Sozial verarmen wir, wenn man so will.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht ihnen etwas ab?

Ja, relativ gut.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Im Prinzip zufrieden.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ein Motorboot. Das wäre ein Naturerlebnis, ein Stück Freiheit.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Ja. Kaufsucht bei Bekleidungsgegenständen.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Da wird über das Haushaltsbudget hinaus konsumiert. Das ist eine Ersatzhandlung für Anerkennung.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Nein. Ich brauche das nicht. Mir ist die Zeit wichtiger, als das durchzuackern.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein, da ist nichts vorgefallen.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Fällt mir im Moment nicht ein.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	1
Lärm	1

Wichtige Anmerkungen: Im Prinzip sind es angenehme Nachbarn, aber der Kontakt ist halt nicht so vorhanden.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Sieben Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Alles vorhanden. Großeinkäufe werden wie gesagt mit dem Auto erledigt und der Rest ohne.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Naja, was ist mir gravierend aufgefallen? Da könnte ich nicht sagen, dass ich etwas wahrgenommen hätte. Höchstens vielleicht für Reisende hat sich durch die gemeinsame Währung und die Öffnung der Grenzen etwas geändert.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Der Vorteil war sicher, dass der Ostmarkt besser erreichbar geworden ist. Aus wirtschaftlicher Sicht. Nachteil… eine gewisse Fremdbestimmung in politischer Hinsicht.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Die EU finde ich grundsätzlich ganz gut, aber sie müsste gestärkt werden, damit sie quasi als Gegenmacht zur USA auftreten kann. Da ist sie zu wenig homogen, dass sie wirklich die Stärke hätte. Da muss sich jede Nation so positionieren, dass man eine gemeinsame Kraft wird, die auch etwas umsetzen kann. Die einzelnen Regierungen müssen erst noch lernen, gemeinsam an einem Strang zu ziehen.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Mit einer relativen Teuerung ist die Umstellung einher gegangen. Die Preise sind deutlich gestiegen.

Kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ja. Jaja. Keine Probleme bei der Unterscheidung der Münzen und Noten.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Hin und wieder. Wenn es um ungewöhnliche Beträge geht. Im Supermarkt aber nicht mehr.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Im Grunde ja.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Bei Lebensmittel, Mieten.

Meinen Sie, dass die Verteuerung vorwiegend am Euro liegt, oder hat das andere Gründe?

Das liegt zum Teil an der Globalisierung und an den Spekulationen der Finanzmärkte.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Bekleidung. Zum Teil liegt es auch hier an der Globalisierung, dass es zu Verbilligungen gekommen ist. Durch die weltweite Arbeitsteilung.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Heimische Produkte kaufen, damit der Transport verringert wird. Abfall vermeiden, sortieren. Weg vom Auto, hin zu Öffis. Raumtemperatur absenken, sich wärmer kleiden.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Klar. Bei Obst und Gemüse greife ich eher auf die heimischen Produkte zurück.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Noch nicht.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Eigentlich unverzichtbar. Das würde meine Mobilität erheblich einschränken.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Rad fahren, Wandern, Schwimmen und diese ganzen Freizeitaktivitäten.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ja. Die halten sich großteils daran. Am häufigsten kommt es halt vor, dass in den Müllsäcken Flaschen drinnen sind. Das Problem ist, glaube ich, dass in den Wohnungen zu wenig Platz für die Sortierung ist. Da kommt es dann in den Gemeinschaftsmüll. Sortiert wird auf jeden Fall Papier, das funktioniert ganz gut.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 19

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	50
Geschlecht	W
Beruf	Hausfrau (Pension)
Haushaltsgröße	3
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Mehr als € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule mit anschließender Lehre

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich fühle mich gut, denn ich gehe gerne einkaufen. Ich gehe so gut wie jeden Tag einkaufen, in mindestens drei verschiedene Supermärkte. Ich suche mir immer die günstigsten Angebote heraus. Dadurch spart man viel Geld und als „Vollzeit-Hausfrau“ habe ich auch die Zeit dafür.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Meine Einkaufsliste geht mir durch den Kopf. Ich nehme einen Zettel und einen Stift und schreibe mir eine Einkaufsliste. Ich gehe nie ohne Liste einkaufen. Sonst geht mir nichts durch den Kopf.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Im Sommer bei großer Hitze ist die Klimaanlage angenehm. Ich fühle mich gut, wenn ich das Gefühl habe, Geld beim Einkauf gespart zu haben. Ich freue mich immer, wenn ich unter Leute komme. Unangenehm ist es, wenn an der Kassa eine Schlange ansteht und von hinten gedrängelt wird. In mir unbekannten Supermärkten muss ich teilweise länger nach den Waren suchen – also im Urlaub – ansonsten gehe ich immer in meine mir vertrauten Supermärkte.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Da bin ich sehr zufrieden. Es ist alles da was man braucht.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Die ist mehr als ausreichend.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Bei Milchprodukten gibt es viel zu viel Auswahl. Der Rest ist vollkommen ausreichend. Zu wenig Auswahl gibt es in keinem Bereich, wenn ich so darüber nachdenke.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Manchmal bei den Milchprodukten in den riesengroßen Supermärkten, da bin ich schon überfordert. Aber ich komme zurecht. So viel Auswahl muss es für mich nicht geben. Weniger würde auch reichen.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Nein, ich schaue da nicht so genau nach. Mir ist wichtig, österreichische Waren zu kaufen und das könnte man vielleicht noch deutlicher kennzeichnen. Ich will, dass mir das gleich ins Auge springt, ob ein Produkt aus dem Inland kommt oder nicht.

Weshalb ist es so wichtig für Sie, ob ein Produkt aus Österreich kommt?

Weil heimische Produkte für Qualität stehen und die kürzeren Transportwege die Umwelt weniger belasten.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Nein. Wenn ich bei etwas nicht ganz sicher bin, dann kaufe ich es auch nicht. Angebote gibt es ja ohnehin genug. Im Großen und Ganzen habe ich da keine Probleme. Langsam komme ich in ein Alter, in dem mir die kleine Beschriftung beim Lesen Probleme bereitet.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Ich wüsste nicht was.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	3
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	3
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	2
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Bei vielen Produkten ist mir der Grundpreis sogar wichtiger als der eigentliche Preis.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich denke, die meisten achten, glaube ich, schon darauf. Vielleicht jeder Zweite.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Nur das AMA Gütezeichen. Und das Bio Zeichen.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Das AMA ist mir schon wichtig. Bei Gemüse und Milchprodukten schaue ich jedenfalls, ob das draufsteht.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Nein, ich gehe auch bei Bekleidung und Möbeln und sonstigem gerne einkaufen. Ich gehe auch in Geschäfte hinein, auch wenn ich eigentlich nichts benötige.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Das ist sicher ein Erlebniseinkauf. Ich probiere oft Bekleidung, ohne sie zu kaufen. Oder ich gehe in Möbelgeschäfte, wenn ich nicht die Absicht habe, etwas zu kaufen. So ca. einmal in der Woche gehe ich auf die Mariahilfer Straße und sehe mich in den Geschäften um. In Elektronikgeschäfte gehe ich nur sehr ungerne, das ist eher etwas für meinen Mann. Sowas interessiert mich persönlich überhaupt nicht.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	4
Preis	2
Leistung (technische Daten)	4
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	3
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	3

Wichtige Anmerkungen: Für mich als Frau ist es am wichtigsten, dass sich das Gerät unkompliziert bedienen lässt.

2.1 Kaufentscheidung und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Wir haben uns vor einem Jahr ein Auto gekauft.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Da haben wir Prospekte durchgesehen und uns bei verschiedenen Händlern und auch im Internet informiert. Zuerst habe ich das Auto im Fernsehen gesehen.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja, einige. Im Internet und bei den Händlern. Bei letzteren haben wir uns Kostenvoranschläge machen lassen

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Aus reiner Notwendigkeit. Wir brauchen unbedingt ein Fahrzeug und unser altes Auto ist schon über 12 Jahre alt. Mit dem waren wir nicht mehr so ganz zufrieden.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Die Marke und das Preis/Leistungsverhältnis. Das Aussehen hat mir und meinem Mann sehr gut gefallen. Wir haben dann bei dem Händler zugeschlagen, der uns das günstigste Angebot machen konnte.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein, mir hätte niemand ein Auto geschenkt. Ich habe keine reichen Verwandten, die mir so etwas Teures schenken würden.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben (vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche)?

Ein Jahr ist dazwischen vergangen.

Und wie lange hat es gedauert bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben (vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf)?

Etwa drei Monate.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Nein, alles lief einwandfrei.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nein. Uns wurde bereits vom Verkäufer alles genauestens erklärt, also war das gar nicht notwendig.

Erinnern Sie sich an das letzte Mal, als Sie eine Betriebsanleitung gelesen haben?

Ja, vor einem Jahr bei unserem neuen Fotoapparat.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Ja, ich bin zurecht gekommen, es hat alles gepasst. Ich würde die Bedienungsanleitung in Spiralbindungen heften, damit man leichter umblättern kann und die Seiten nicht von alleine zu fallen.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Nein. Noch nicht.

Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden? (fehlende Datensicherheit, mangelhafte Rechtsdurchsetzung, technische Barrieren,…)

Prinzipiell bin ich noch viel zu altmodisch für Bestellungen im Internet. Ich muss das Produkt mit meinen eigenen Augen sehen und anfassen können. Gewand will ich vorher unbedingt anprobieren können. Zu unsicher ist mir das Ganze obendrein auch noch.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Die Vorteile sind: man kann von zu Hause einkaufen. Das ist praktisch für Leute, die nicht fortgehen wollen oder können. Es ist sicher sehr angenehm für invalide oder bequeme Personen. Das Angebot ist vielleicht größer. Im Internet gibt es ja eh alles, auch gebrauchte Waren, Stichwort „eBay“.

Die Nachteile sind, dass ich das Produkt nicht persönlich sehe und es viele Betrüger im Internet gibt.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Die sehen das wahrscheinlich genauso ein wie ich, nämlich, dass die Haltbarkeit immer geringer wird. Bei technischen Geräten wird die Qualität schlechter, da die Produkte immer billiger werden. Es wird immer mehr in Billiglohnländern produziert.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Könnte besser sein. Ich denke aber, die sind eher unzufrieden.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	5
Bekleidung	5	5
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	30	30
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	10	20
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	20	25
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	15
Computer	5	5
Mobiltelefone	3	3
Pkw	15	15

Wichtige Anmerkungen: Länger als fünf Jahre braucht Kleidung eh nicht halten, weil es dann unmodern ist. Dreißig Jahre reichen bei Möbeln, denn dann hat man sie eh satt. Markengeräte halten wesentlich länger als Billigprodukte. Fernseher kauft man sich spätestens alle 15 Jahre einen neuen, weil die Technologie dann eh längst überholt ist. Beim Computer geht das sogar noch viel schneller.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mit meiner Waschmaschine von Eudora war ich total zufrieden. Die verrichtet schon seit 27 Jahren treue Dienste. So eine tolle Maschine finde ich in meinem ganzen Leben nicht mehr. Meine Nachbarin hat eine Eudora Waschmaschine seit über 40 Jahren. Stellen Sie sich das nur vor.

Ich lege Wert auf Qualität und gehe sehr sorgsam mit meinen Sachen um, deswegen haben meine Geräte eine lange Lebensdauer und ich bin zufrieden.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ja, das ist sehr wünschenswert. Soweit das möglich ist, sollte man seine Produkte reparieren lassen, anstatt sie zu erneuern.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Die Konsumenten wollen wenig zahlen und eine Reparatur wäre in den meisten Fällen teurer als ein neues Produkt zu kaufen. Deswegen legen die Hersteller immer weniger Wert auf die Reparierbarkeit.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Konsumentenschutz schützt die Konsumenten vor unwahrheitsgemäßer Produktkennzeichnung, indem sie laufende Kontrollen durchführen. Der Konsumentenschutz vergleicht Produkte und vergibt Noten. Ich denke da an Stiftung Warentest. Durch diese Tests kann man dann sehr leicht erkennen, ob ein Produkt hält was es verspricht oder eben nicht.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

An Arbeiterkammern in den einzelnen Bundesländern. Im Ministerium gibt es bestimmt auch eine Stelle. Ich wüsste aber jetzt nicht, welches Ministerium dafür zuständig wäre. Das ließe sich aber sicher leicht herausfinden.

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Lebensmittel und Produkte, von denen eine Gefahr ausgeht. Eine Gefahr für den Konsumenten, die Menschen allgemein und auch die Umwelt.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	3
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	5
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	2
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	2
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	2
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Internet nutze ich eh nur für Email-Verkehr. Von Haustürgeschäften halte ich grundsätzlich überhaupt nichts.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Nein, das war bislang noch nicht notwendig.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nein, ich habe mich noch nicht wirklich damit auseinandergesetzt.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja, aber erst in der Oberstufe. Frühestens ab 14 Jahren, weil die jüngeren Kinder damit eh nur überfordert wären.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Prospekte, die man im Briefkasten findet, schaue ich mir genauestens an. Da suche ich mir die Angebote heraus. Das hilft mir sehr bei meinen Einkäufen. Bei Fernsehwerbung wechsle ich sofort den Sender. Plakate schaue ich mir im Vorbeigehen an, die stören weniger. Teilweise verschandeln sie aber das Stadtbild.

Fühlen Sie sich belästigt oder informiert?

Die „Gehirnwäschewerbung“ ist ein echtes Ärgernis, freundlich ausgedrückt. Werbung, die mir die Preisvergleiche erleichtert, ist schon wichtig für mich. Anhand von Prospekten entscheide ich oft, in welchen Supermarkt ich als nächstes gehe.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja, auf alle Fälle. Das ist reine Gehirnwäsche. Das Unterbewusstsein wird manipuliert.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Nein, ich weiß jetzt niemanden, der nur wegen der Werbung etwas gekauft hat, aber natürlich beeinflusst jeden die Werbung.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil die Werbebotschaften ständig wiederholt werden. Jugendliche und weniger intelligente Personen sind empfänglicher für Werbung.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Kinder werden sehr stark beeinflusst, weil sie noch unerfahren sind.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja, ich könnte mich an meine Nachbarn wenden. Es war so gut wie nie notwendig, aber Notfalls könnte ich mich an meine Nachbarn oder meine Kinder wenden.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Sehr selten. Wenige Male im Jahr.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Dass sie freundlich sind und ehrlich und hilfsbereit. Humor ist ganz wichtig. Das soziale Verhalten und die Bildung werden ebenfalls berücksichtigt.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Heute wie früher hat man auf die Sympathie geschaut.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Diejenigen, die ich kenne, sind alle zufrieden. In der heutigen Zeit geht niemandem wirklich etwas ab, da es uns im Grunde eh an nichts fehlt. Wir haben ein sehr gutes Sozialsystem.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich persönlich bin sehr zufrieden, mir geht nichts ab. Ich bin genügsam. Das Wenige, das ich brauche, kann ich mir auf jeden Fall leisten.

Haben Sie vielleicht trotzdem Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ich hätte gerne ein Haus am See mit einem Bootsanlegesteg. Vorzugsweise am Grundlsee. Für den Urlaub und zur Entspannung und Erholung.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Nein, da kenne ich niemanden persönlich, tut mir leid.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Nein. Ich kenne mich da meistens nicht aus und brauche das auch nicht. Ich bin ein Gewohnheitstier und will mich nicht auf Neues einstellen. Ich bin schon glücklich darüber, wenn ich weiß, wie ich ein Gerät bedienen kann.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein, es gab nichts zu beanstanden.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Die viele Luft in der Verpackung. Ich habe erst kürzlich gelesen, dass oft bis zu 50% Luft in den Packungen ist. Mogelpackungen täuschen viel Inhalt vor. Das regt mich immer auf.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation?

Eher unzufrieden, es ist eine sehr alte Wohnung.

Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	4
Wohnumgebung	3
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	1
Lärm	3

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Seit 28 Jahren.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Ja vielleicht.

Weswegen?

Unser jüngster Sohn zieht demnächst aus und dann ist die Wohnung zu groß.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein, es ist alles da. Keine Probleme. Ich muss nicht weit gehen, deshalb erledige ich meine Einkäufe stets zu Fuß.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Die Währung hat sich geändert. Einige Produkte sind billiger geworden, zB Schlagobers und technische Geräte. Gefühlsmäßig ist aber alles teurer geworden.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Vorteile sind die offenen Grenzen zwecks Reiseverkehrs. Nachteilig sind ebenfalls die offenen Grenzen zwecks Ostbanden, Schmuggel und Kriminalität. Die gemeinsame Währung ist im Urlaub schon von Vorteil, da man nicht mehr Geld wechseln muss und sich die Preise gut vergleichen lassen.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Ich denke, dass der EU-Beitritt notwendig war und bin optimistisch für die Zukunft. Es werden mehr Staaten den Rettungsschirm beanspruchen. Da werden noch viele Reformen nötig sein, damit unsere Währung stabil wird. Langfristig bin ich optimistisch, kurz- bis mittelfristig kommen noch schwere Zeiten auf uns zu. Wir werden sicher noch die eine oder andere Krise durch tauchen müssen, aber wo ein Wille ist, da gibt es auch einen Weg.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Nach zehn Jahren muss ich große Beträge immer noch in Schilling umrechnen. Kleine Beträge bei alltäglichen Einkäufen rechne ich nicht mehr um, denn da habe ich schon ein Gefühl dafür.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Sehr gut, da habe ich keine Schwierigkeiten. Ich muss nicht lange suchen im Geldbörsl. Ein Griff und es passt.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Ja, aber die Güter und Dienstleistungen wurden auch mit dem Schilling jedes Jahr teurer.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Beim Sprit und bei den Lebensmitteln.

Meinen Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das eher andere Gründe?

Ich meine, das liegt eher an der Inflation, als am Euro selbst.

Können Sie nochmal zusammenfassen was billiger geworden ist?

Schlagobers (lacht). Und technische Geräte, aber das habe ich eh schon gesagt.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Viel. Die Mülltrennung, die Müllvermeidung und die Abgasvermeidung. Das Auto stehen lassen, mehr öffentlich fahren. Mehr heimische Produkte kaufen und nicht Äpfel aus Chile und Rosen aus Südamerika. Die brauchen wir nicht. Da gäbe es sicher viel mehr. Beim Heizen kann man sicher viel verbessern. Wäsche nicht kochen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ich achte sehr auf meine Umwelt, für meine Kinder und Enkelkinder. Alles was ich gerade aufgezählt habe, das halte ich auch ein, so gut es geht.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Ja, ich habe noch keine einzige Fernreise gemacht, des Klimaschutzes zuliebe. Meine weiteste Flugreise war nach Tunesien. Wir haben außerdem ein neues Auto mit einem Minimum an Spritverbrauch.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Es ist unverzichtbar. Darauf will ich einfach nicht verzichten, alleine schon deshalb, weil wir es für den Urlaub brauchen. Dafür verzichte ich aber auf Fernreisen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Ja, ich mache Sport. Walking, Rad fahren und Schwimmen. Ich lese sehr gerne und borge mir meine Bücher aus der Bibliothek aus.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Papier und Glas wird schon ernst genommen. In Bio- und Altmetallcontainern wird leider auch Restmüll entsorgt. Ich schätze, dass die Leute da zu bequem zum Trennen sind, oder dass in kleineren Wohnungen gar nicht der Platz vorhanden ist, um alles separat zu sortieren.

Danke für das Interview.

Transkript # 20

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	53
Geschlecht	M
Beruf	Selbständiger Unternehmer
Haushaltsgröße	2
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Mehr als € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	AHS, BHS mit Matura

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich gehe mit meiner Freundin öfters auf Schnäppchenjagd und dann suchen wir gemeinsam nach Aktionspreisen. Beim Merkur zB schaue ich mir die Weinpreise an und suche mir gezielt Aktionen heraus. Ich mache mir quasi einen Spaß daraus. So einmal wöchentlich fahren wir Einkaufen, eher zu größeren Supermärkten wie Interspar und Merkur. Zwischendurch gehen wir natürlich auch noch zu Fuß zu kleineren Märkten, um Brot, Milch, usw. zu kaufen. Ich will meine Einkäufe schnellstmöglich erledigt haben. Anders als meine Freundin, die nimmt sich da gerne mehr Zeit als ich und vergleicht auch viel mehr. Ich bin eher der Typ, der schnell durch geht und sich die Aktionen herauspickt.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Dass ich nicht weiß, was ich kaufen muss (lacht). Dass mir der Plan fehlt, was zu kaufen ist. Es ist mir zu aufwendig Einkaufslisten zu schreiben. Da ich selbst nicht koche, ist der Einkauf meist auf haltbare Lebensmittel konzentriert und dazwischen auch viel Gemüse, soweit ich mir vorstellen kann, es dann auch zu konsumieren. Ich hasse es Lebensmittel wegzuwerfen!

Was ist dabei <u>angenehm</u> für Sie und was empfinden Sie als <u>störend</u> und <u>lästig</u>?

Das Angenehme ist, wenn ich in einem gewohnten Supermarkt bin und gleich weiß, wo das gesuchte Produkt steht. Ich will mich schnell und leicht in meinem Supermarkt orientieren können. Wenn alle Supermärkte gleich wären, dann wäre das ideal. Mich stört, wenn ich zB zum Merkur gehe und dann zum Interspar und ich finde dann ein Produkt nicht, obwohl ich im jeweils anderen Supermarkt wüsste, wo es zu finden ist. Verstehen Sie was ich meine? Der Idealzustand wäre für mich, wenn in jedem Supermarkt alle Lebensmittel möglichst gleich angeordnet werden. Lästig ist, wenn ich bei der Kassa stehe und denke, da geht es schnell weiter und nachher komme ich drauf, dass es bei der Nebenkassa schneller gegangen wäre. Da werde ich dann grantig. Ich möchte keinen Stau an der

Kassa, das ärgert mich nämlich jedes Mal. Die Frische und Schönheit bei Obst und Gemüse sind jedenfalls hervorragend. Wissend, dass man auf einem Bauernmarkt gesünder einkaufen könnte, auch wenn die Waren dann sicher nicht so gut aussehen.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Ich bin zufrieden, aber leider gibt es hauptsächlich Angebote der großen Marken. Kleine Anbieter fallen immer mehr weg. Ich hätte lieber eine größere Auswahl an heimischen oder internationalen Spezialitäten und Delikatessen kleinerer Anbieter. Die findet man eher nicht im Supermarkt, da muss man zu kleinen Delikatessenläden oder ausländischen Lebensmittelläden. Es sind hauptsächlich die großen Player im Spiel. Die kleinen Player haben ja keine Chance mehr. Allgemein fällt mir auf, dass in jedem Supermarkt so ziemlich das Gleiche verkauft wird.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Im Prinzip passt das. Also in den großen Supermärkten ist die Auswahl recht groß. In kleineren Supermärkten wie Zielpunkt oder in einem kleinen Spar ist sie dementsprechend kleiner. Dorthin gehe ich halt, wenn ich dringend ein paar Kleinigkeiten besorgen will und nicht so weit gehen möchte.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, wo es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)

In den großen Supermärkten gibt es überall genug Auswahl für mich. Um die Grundbedürfnisse abzudecken reicht die Auswahl allemal aus. Abgesehen von den speziellen Sachen eben, wie zB Bioprodukte oder umweltschonende Produkte.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Es gibt schon Produkte, bei denen die Auswahl sehr groß ist. Wenn es wirklich viel Angebot gibt, nehme ich mir nicht die Zeit dafür, um eine Wahl zu treffen, sondern bleibe bei dem Produkt, dass ich kenne. Prinzipiell fühle ich mich schon überfordert und verliere manchmal den Überblick bei den Produkten, die ich nicht so oft kaufe. Bei den Grundnahrungsmitteln und generell bei den Dingen, die man oft kauft, geht es wesentlich besser. Ich weiß zB die Bierpreise ganz genau, falls Ihnen das weiterhilft (lacht).

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Sehr viele sogar. Ich würde gerne detaillierter wissen, woher die Rohstoffe kommen. Heute genügt es ja, wenn 50% der Wertschöpfung aus Österreich kommt, aber das ist mir zu wenig. Dann hätte ich noch gerne eine einfachere Kennzeichnung, um schnell zu erkennen, ob ein Nahrungsmittel gesund ist oder nicht. Den Energieverbrauch zur Herstellung des Produktes hätte ich auch gerne drauf. Zum Beispiel den Wasserverbrauch bei der Herstellung, oder die exakte Definition des Kunststoffes, sprich: ob das Material tatsächlich recyclebar ist.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Es sind bestimmte Beschriftungen darauf, die aber im Prinzip wenig aussagen. Es gehört ein transparentes System her, das mir allgemein und verständlich sagt, ob ein Produkt gut oder schlecht

für mich und die Umwelt ist. Also allgemein erkennbare Parameter, wie zB mit Ampelfarben oder sonstigem.

(Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?)

(Anmerkung: Person hat Wünsche bereits artikuliert)

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	2
Ablaufdatum	4
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	3
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	1
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Ich schaue zuerst auf die Qualität und dann erst auf den Preis. Die Qualität muss passen und dann nehme ich von den passenden Produkten das günstigste. Die Inhaltsstoffe lese ich mir erst daheim durch und nicht im Geschäft. Die Umweltverträglichkeit zu prüfen ist mir beim Kauf zu aufwendig, aber daheim schaue ich dann schon manchmal drauf.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Die Minderheit kauft nach Gütezeichen ein, aber die bewussten Einkäufer schauen zumindest bei manchen Produkten darauf. Also zumindest bei ausgewählten Produkten, wie Fleisch und Milchprodukten, schaut man darauf. Wenn sich die Lebensmittelskandale häufen, werden immer mehr Leute sich daran orientieren. Aufgrund der Vielfalt an Gütezeichen verliert man jedoch leicht den Überblick.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das AMA-Gütezeichen fällt mir schon ein. Die bieten Mindeststandards. Aber mehr fallen mir spontan nicht ein, obwohl ich weiß, dass es da jede Menge gibt. Man weiß ja im Grunde gar nicht, was ein Gütezeichen eigentlich ist. Ist das Ja!Natürlich zB ein Gütezeichen? Man weiß es nicht!

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Da müsste ich vorher wissen, was die einzelnen Gütezeichen beinhalten und was sie aussagen. Insofern wüsste ich keines, welches mir besonders wichtig ist. Es sollte hier mehr Standards geben, wo man sofort erkennt, welche Kriterien erfüllt werden. Zum Beispiel ein einheitliches Gütezeichen für die Herkunft, eines für die Inhaltsstoffe, usw.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja, eindeutig. Bei der Bekleidung ist es eher ein Zwang, sich ab und zu neu zu kleiden, damit man den Durchschnittsanforderungen der Umgebung entspricht. So ungefähr… Für mich ist das immer ein Horror, weil es für meinen speziellen Geschmack kaum etwas Passendes gibt. Der Aufwand des

Anprobierens stößt mich ab. Man muss erst dutzende Hosen probieren, bis man endlich eine findet, die einem passt. Diesen Aufwand empfinde ich als stressig.

Wie verhält es sich im Vergleich mit Elektronikprodukten?

Bei Elektronikmärkten ist es eh genauso. Die Auswahl ist dermaßen groß, dass ich jemanden brauche, der mir bei der Entscheidung hilft. Das Problem ist, dass ich bei all dem Angebot den Nutzen nur sehr schwer abschätzen kann und dementsprechend schwer selbst entscheiden kann. Das alleine verursacht schon Unzufriedenheit und Frust. Mir macht es keinen Spaß, das herauszufiltern.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	4
Preis	1
Leistung (technische Daten)	3
Aussehen/Design	3
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	2
Garantiedauer	4
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	3

Wichtige Anmerkungen: Ich brauche nicht unbedingt das neueste Produkt, aber zumindest soll es so leistungsfähig sein, um zumindest in den nächsten fünf Jahren nicht gänzlich vom Stand der Technik losgelöst zu sein. Beim Fernseher schaue ich beim Kauf weniger auf den Stromverbrauch.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Vorigen Sommer haben wir uns einen Fernseher von LG gekauft.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Erst mal die Verwandtschaft und Bekanntschaft gefragt. Natürlich im Internet, dort haben wir uns über die Preise informiert. Und in Prospekten über Preise informiert. Zwei Händler haben wir noch aufgesucht und dort Fernseher verglichen. In dieser Reihenfolge.

Sie haben also Preisvergleiche durchgeführt.

Ja sicher.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil ein Mangel an Fernsehgeräten in unserer Wohnung herrschte (lacht). Ich wollte meinen eigenen Fernseher für mich alleine haben.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Der Fernseher sollte möglichst preiswert sein, da die „Halbwertszeit“ von einem Fernseher sehr gering ist. Erst in zweiter Linie die Mindestanforderungen an die technische Ausführung und Features.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben (vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche)?

Fünf Monate waren das vielleicht ungefähr.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben (vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf)?

Das war dann nicht mehr so dramatisch. Zwei Wochen vielleicht.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Nein, eigentlich weniger. Den Fernseher anzustecken und ihn zum Laufen zu bringen war kein Problem. Die Grundfunktionen haben wir recht schnell erfasst. Das Problem war eher der Receiver und seine Konfiguration.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nur zu dem Teil, als die Fernbedienung nicht selbsterklärend war.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Leider ist jede Anleitung verbesserungsbedürftig. Für den Laien sind manche Fachausdrücke nicht klar definiert. Die ganzen Abkürzungen und Fachausdrücke sind für mich zu abstrakt.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja, gestern erst.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Im Jahr vielleicht fünf- bis sechsmal. Eigentlich habe ich bisher gute Erfahrungen gemacht.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Nein, solche Probleme hatte ich bisher nicht.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Negativ fällt mir auf, dass ich nicht zu Hause bin, wenn das Versandpaket eintrifft. Ich brauche immer jemanden, der mir das Paket entgegennimmt. Das ist halt eher ein Distributionsproblem. Man braucht eine Kreditkarte und da ich keine habe, kann ich Bestellungen oft schwer oder gar nicht abwickeln. Da muss ich dann immer jemanden fragen. Kreditkarten lehne ich strikt ab. Es gibt obendrein so viele Anbieter, an deren Vertrauenswürdigkeit ich stark zweifle. Im Internet muss ich

die Beratung aktiv einholen, da muss ich mich dann auch wirklich interessieren für das Produkt und Zeit aufwenden. Im Handel habe ich einen Verkäufer, der mich beraten kann und mir Zeit erspart.

Positiv ist sicher, dass ich wunderbar vergleichen kann. Produkte, Preise… das lässt sich alles rasch vergleichen und die Bestellung selbst lässt sich komfortabel abwickeln. Meistens ist das Paket dann auch schnell da.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Da müsste ich mich in die Verwandten hineinversetzen. Es gibt Leute, die kaufen Qualität zu sauteurem Preis und sind damit zufrieden, aber es gibt im Gegensatz dazu auch Leute, die überschätzen die Haltbarkeit der Billigprodukte und sind dann unzufrieden. Die kaufen sich zB einen Staubsauger um 30 Euro und wundern sich dann auch noch, wenn der gleich wieder kaputt geht.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Ich glaube, das passt im Grunde eh, denn die Firmen produzieren in erster Linie Produkte, die von den Konsumenten gewünscht werden. Jeder hat für sich selbst die Möglichkeit einen Kompromiss zwischen Qualität und Preis zu wählen. Schwierig ist es, gute Qualität auch zu erkennen.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	2
Bekleidung	2	2
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	50
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	8	50
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	12	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	10
Computer	6	10
Mobiltelefone	2	4
Pkw	12	12

Wichtige Anmerkungen: Wenn ich mir einen Billigschuh kaufe, dann bin ich schon zufrieden, wenn er nur zwei Jahre hält. Bei einem Qualitätsschuh hätte ich aber dann schon gerne, dass er ein wenig länger hält. Bei der Bekleidung reicht es an sich, wenn sie zwei Jahre hält, obwohl es natürlich auch Leute gibt, die ihre Bekleidung bis zum Sterben tragen. Eine Waschmaschine oder ein Geschirrspüler rennt ja oft, da kann man schon zufrieden sein, wenn sowas 20 Jahre hält. Aber so kleinere Geräte wie Mixer braucht man nicht so oft, da erwarte ich mir schon, dass die zumindest 50 Jahre lang halten.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Langlebigkeit wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Zufrieden war ich mit meiner Tiefkühltruhe der Firma Bosch, die läuft seit 14 Jahren. Unzufrieden war ich mit einem Fernseher der Marke Loewe, der hat nur zehn Jahre gehalten bis er den Geist auf gab.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Je teurer ein Produkt ist, desto eher erwarte ich, dass man es auch reparieren kann. Ein Auto reparieren zB ist schon eine Kunst heutzutage, weil das Ganze schon so kompliziert geworden ist. Man sollte zumindest einzelne Module austauschen können. Allgemein sind die Produkte als Wegwerfprodukte konstruiert. Ich kaufe mir lieber ein teureres Produkt, das man reparieren kann, als ein billiges Wegwerfprodukt.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Negativ. Es wird immer weniger leicht zu reparieren sein, wenn man nicht mit Gesetzen entgegensteuert.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Konsumentenschutz ist für mich eine Institution, die Produkte prüft, nachdem sie auf den Markt gekommen sind. Leider nicht vorher. Sie veröffentlichen die Ergebnisse und informieren die Bevölkerung über Missstände, die sie bei den Kontrollen aufdecken.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Na an den Konsumentenschutz, hätte ich gesagt. Wahrscheinlich noch an ein Ministerium… an das Gesundheitsministerium. An die AMA wahrscheinlich.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Da geht’s eher um Gesundheitsargumente bei Lebensmitteln und bei Pharmaprodukten.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	4
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	3
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	3
Wohnung und Grundstücke	3
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	2
Datenschutz allgemein	2

Wichtige Anmerkungen: Ohne Schutz und Prüfung geht es nicht, aber ich mache das nicht, deswegen ist es mir eher nicht so wichtig *(Anmerkung: betrifft Haustürgeschäfte).*

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ja. Im Internet habe ich manchmal nachgeschaut, ob es zu dem Thema etwas gibt. Im Internet findet man eigentlich eh alles, solange man weiß, wo man suchen muss. Bei Bekannten, die sich ein bisschen mit der Materie auskennen, habe ich mich auch erkundigt.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Nein, das sicherlich nicht im Detail.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Das ist unwichtig. Sowas wird erst nach der Schule wichtig. Im Schulalter ist die nötige Reife noch nicht vorhanden.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Werbung ist gut, sofern sie mir nutzt. Alles was mir bei meinen täglichen Einkauf weiterhilft ist nützlich, also insbesondere die Prospekte im Briefkasten. Die Pizzareklame und Direktmailing im Briefkasten sind mir zu aggressiv. Bei Fernsehwerbung schalte ich sofort um, die schaue ich mir sicher nicht freiwillig an. In Printmedien versucht man über die Werbung hinwegzublättern, aber natürlich nimmt man sie wahr. Bei Plakaten bekomme ich im Vorbeigehen teilweise nützliche Informationen über Konzerte und Veranstaltungen. Am lästigsten finde ich in erster Linie die für mich uninteressante Werbung im Briefkasten oder an der Haustüre. Man will ja gar nicht erst daran denken, was da jeden Tag an Papier weggeworfen wird.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Na sicher. Hundertprozentig.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Ich denke schon. Man kann schwer feststellen, ob jemand wirklich wegen der Werbung etwas gekauft hat.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Die ist so konzipiert, dass sie sich möglichst lange in dein Gedächtnis hinein brennt. Teils sehr unterschwellig und mit subtilen Mitteln. Da hast du dann mitunter plötzlich den Drang, dies oder jenes zu besitzen. Werbung wird ja für bestimmte Zielgruppen zugeschnitten, dementsprechend sind diejenigen am empfänglichsten, die konkret angesprochen werden. Junge sind sicherlich empfänglicher als Ältere, da den Jungen die Konsumerfahrung älterer Menschen fehlt. In der Werbung sollte man die Qualität der Produkte – wie die Gesundheitsverträglichkeit und Umweltverträglichkeit – verpflichtend kommunizieren müssen. Sprich: Ampelfarben oder ähnliches verpflichtend in der Werbung darstellen müssen, so wie man auch die Warnungen auf die Zigarettenpackungen drucken muss.

Was meinen Sie wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Unheimlich stark.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Familie, Freunde oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Kann ich mich wenden, aber ich tue es selten, oder versuche es zu vermeiden. Manchmal ist es peinlich, etwas nicht selbst zu können und Schwächen zuzugeben. Am ehesten wende ich mich da an die Familie, dann an Freunde und erst zuletzt an den Nachbarn. In der Reihenfolge halt.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Auf Ehrlichkeit, Vertrauen und Verlässlichkeit.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Ich glaube, dass mittlerweile das „Haben“ dem „Sein“ etwas gewichen ist… heute sind die materiellen Dinge, meiner Meinung nach, nach außen hin nicht mehr so… nicht mehr so im Vordergrund. Der Fokus geht stärker Richtung „lebenswertes Leben“ und weniger auf… ich weiß nicht… nicht mehr so materiell orientiert. Man denkt halt schön langsam um. Mehr Wert auf ein erfülltes Leben zu richten ist der Trend. Gut zu leben und das Notwendigste zu haben ist wichtig, aber nicht mehr dieses maßlose Konsumieren.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich glaube, dass die meisten relativ zufrieden sind. Soweit ich das halt beurteilen kann.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich könnte mehr konsumieren, wenn ich wollte, aber ich bin auch so zufrieden. Mehr Konsum würde mich nicht automatisch glücklicher machen.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Meine Konsumwünsche kann ich mittlerweile voll befriedigen. Spezielle Wünsche gibt es keine.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Ja, einige Leute.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Bei einem schaut es aus wie bei einem Messi, weil er alles kauft was billig und günstig ist, auch wenn er es gar nicht braucht. Es wird sozusagen über die persönlichen Verhältnisse gelebt.

Warum glauben Sie ist das so?

Das ist sozusagen die Jagd nach dem Glücksgefühl. Der hat sich da in was hineingesteigert und kommt nicht mehr los davon.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Ich nutze eher nur die Basisfunktionen. Zum Teil, weil mir die Zusatzfunktionen zu kompliziert sind und weil mir der Sinn von Zusatzfunktionen nicht immer ganz klar ist.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein, da fällt mir nichts ein. Sicher habe ich mich über das ein oder andere still geärgert, aber mich letzten Endes dann nicht beschwert.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Der Konsument wird immer mehr überfordert, da es durch die zunehmende Intransparenz bei der Information und die stetig steigende Auswahl zu Entscheidungsschwierigkeiten kommt. Der Konsument braucht mehr Hilfestellungen, um den Durchblick zu behalten.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation?

Ja, die ist sehr gut.

Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	4
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	1
Lärm	4

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

15 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Nein, ich habe eine Eigentumswohnung und die gebe ich nicht so schnell auf.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Es gibt alle Geschäfte in unmittelbarer Nähe. Besser kann es gar nicht sein. Für die Großeinkäufe wird das Auto herangezogen, ansonsten werden kleinere Besorgungen zu Fuß bei den Märkten ums Eck getätigt.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Wir haben sehr viele grenzüberschreitende Konsumentenschutzprobleme angesprochen, diskutiert und europaweit zum Teil umgesetzt. Ich selbst als Konsument habe mehr ausländische Produkte zur Auswahl als vor dem Beitritt.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Wir sind nun eine große Gemeinschaft, die sich langfristig als wirtschaftliche und politische Macht besser behaupten kann. Der Reise- und Warenverkehr wurde erheblich erleichtert. Manche Leute fühlen sich vielleicht als Europäer und entwickeln ein Gemeinschaftsgefühl.

Was hat sich verschlechtert?... Der schnelle Wandel, die rasante Veränderung hat manche Leute überfordert. Der ein oder andere Politiker missbraucht diesen Wandel, um sich selbst zu bereichern. Hier muss noch in großem Umfang nachgebessert werden.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Mit gemischten Gefühlen, aber der EU-Beitritt war unausweichlich und auch gut so. Wir sind gezwungen, uns europaweit zu organisieren, um in der globalisierten Welt bestehen zu können. Vielleicht werden es weniger Staaten sein, die an der Währungsunion teilnehmen, aber der Euro wird nicht so schnell aufgegeben werden.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Durch die europaweite Währung ist bei den Reisen alles einfacher geworden. Vergleiche bei den Preisen sind einfacher geworden. Wenigstens haben wir jetzt eine Währung, die weltweit Beachtung findet und dem Dollar als Weltwährung Konkurrenz macht.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Da mittlerweile zehn Jahre vergangen sind, habe ich keine Probleme mehr. Mich stört, dass 500 Euro Scheine fast nirgendwo mehr angenommen werden.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Kürzlich habe ich wieder umgerechnet. Da habe ich mich gefragt, was der Einkauf von Lebensmittel gekostet hat. Der Schilling ist an und für sich schon abstrakt geworden. Es kommt wirklich nur mehr sehr selten vor, um diesen „Oh mein Gott“-Effekt zu haben. Eher bei höherpreislichen Dingen.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist? Falls ja, in welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Es ist teurer geworden, aber nicht durch den Euro, sondern durch die Inflation. Und auch durch die Preisgestaltung der Wirte. Essen gehen ist heute weit teurer als früher.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Biller geworden sind sicher so „Made in China“ Produkte und so Produkte aus der Dritten Welt.

Welche wären das zum Beispiel?

Na sagen wir mal Textilien und Technik. Aber auch fürs Telefonieren zahlt man heute weit weniger als noch vor ein paar Jahren.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Mit Maß und Ziel die Umwelt belasten und Ressourcen verbrauchen. Energieeinsparmaßnahmen treffen, sprich: Häuser isolieren, mit Verstand heizen und die typischen Geschichten. Bewusster Fliegen, unter Berücksichtigung der Umwelt.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Da bin ich sicher bereit, auf einiges zu verzichten. Ich denke mir immer wieder „das macht eh nur Mist, sowas kaufe ich nicht!“.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Auf jeden Fall. Ich verzichte seit Jahrzehnten konsequent auf Flugreisen. Ich habe die Zeit dafür und kann sie mir leisten, aber ich fliege aus Prinzip nicht. Das mit dem Fahrzeug ist bereits durchgeführt. Ich hätte natürlich auch ein viel kleineres Auto kaufen können, aber da ist halt immer auch ein Kompromiss.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Das ist noch unverzichtbar für mich. Eines Tages werde ich vielleicht keines mehr brauchen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Rad fahren, Laufen… und ich nehme regelmäßig Gymnastikstunden für meine Gesundheit.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Prinzipiell vom Gefühl her eher nein. Ich schaue immer wieder in die Müllcontainer hinein, was man da manchmal drinnen findet ist ein Horror! In den Müllcontainern ist oft etwas zu finden, dass da einfach nicht hineingehört. Ganz egal ob das beim Glas, Plastik, Metall oder Papier ist. Im Restmüll sieht man auch immer wieder Sachen, die eigentlich getrennt sortiert werden sollten.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 21

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	53
Geschlecht	W
Beruf	Lehrerin für Mathematik an einer HTL
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Kleinstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 2.000 und € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Universität, Akademie, Fachhochschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich gehe gerne einkaufen. Das ist eine schöne Sache für mich.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Dann freue ich mich darauf. Das ist selbstverständlich nicht jedes Mal so, aber schon meistens.

Schreiben Sie sich eine Einkaufsliste?

Ich habe keine Liste, nein.

Wie oft gehen Sie pro Woche einkaufen?

Zweimal in der Woche gehe ich einkaufen im Schnitt. Ich muss gestehen, ich gehe lieber in Märkte wo ich alles kriege.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Die optischen Eindrücke gefallen mir, wenn alles schön hergerichtet ist. Das hängt auch mit der Wahl des Geschäftes zusammen, nicht? Unangenehm ist es, wenn der Zeitpunkt falsch ist und zu viele Leute da sind oder wenn das Geschäft nicht schön ist, das passiert ja auch hin und wieder. Wenn die Schlange an der Kassa zu lang ist und zu viele Menschen unterwegs sind. Was ich nicht leiden kann ist, die Sachen nach Hause zu tragen und die Sachen einsortieren. Das steht dann unter Umständen lange in der Küche herum.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Da bin ich sehr zufrieden. Ich gehe ja zum Merkur, die haben alles. Darum habe ich ja gemeint, dass ich mir lieber Geschäfte aussuche, wo ich ein breites Angebot habe. Das ist mir lieber, als viele kleinere Geschäfte abzuklappern.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Zu groß ist sie sicher nicht. Ich finde, die Auswahl kann gar nicht zu groß sein für mich. Also wenn ich jetzt rein an mich persönlich denke. Für die Umwelt und Gesellschaft sieht es freilich anders aus.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)

Nicht dort wo ich hingehe. Ich gehe ja wie gesagt zum Merkur. Wenn ich zum Hofer hingehen würde, wäre die Antwort „ja“, aber da gehe ich ja nicht hin, eben deswegen. Das ist ein Teil der Wahl des Geschäftes. Zu viel Auswahl gibt es eigentlich nirgendwo. Ich finde im Supermarkt stets alles vor, was ich für meinen Alltag benötige.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich behalte den Überblick. Im Supermarkt wohlgemerkt. Bei anderen Läden sieht das anders aus. Ich gehe deswegen zB nicht in einen Bücherladen und ich gehe auch nicht in einen Plattenladen. Es geht ja hier jetzt rein um die Einkäufe in Supermärkten, richtig? Dort behalte ich auf jeden Fall den Überblick.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ja. Bei der verpackten Ware eher nein, aber bei der Frischware würde ich mir zumindest das Haltbarkeitsdatum wünschen. Bei Wurst aus der Feinkostabteilung zB. Oder auch die Inhaltsstoffe fehlen, da steht ja gar nichts drauf eigentlich, nicht?

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Das hat mit dem Alter zu tun. Schwarze kleine Schrift auf rotem Hintergrund geht gar nicht mehr ohne Brille.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Größere Schrift würde zu größerer Verpackung führen, das möchte ich nicht. Man könnte aber auch von den Bildern was weglassen Wenn der Hintergrund weiß wäre und die Schrift schwarz, dann wäre es schon leichter. Bei den Feinkostabteilungen sollte man auch Kennzeichnungen vorfinden. Zumindest das Haltbarkeitsdatum und der Fettgehalt sollten doch möglich sein.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	3
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	3
Hersteller/Produzent	2
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	4

Wichtige Anmerkungen: Ich bin in der Position, dass ich nicht so sparen muss, deswegen ist mir der Grundpreis für Vergleiche nicht so übertrieben wichtig. Herkunftsland ist nicht unwichtig, aber wenn die Mango von – was weiß ich von wo – daher kommt, dann kaufe ich sie trotzdem. Der Hersteller ist mir nicht so wichtig, weil den kenne ich eh nicht, geben wir ihm eine 4. Wobei… hier muss ich schon sagen, dass ich mich von der Werbung ganz schön beeinflussen lasse. Ich bin ein Werbungsmensch. Geben wir dem Hersteller eine 2. Bei der Umweltverträglichkeit würde ich gerne lügen, aber mehr als eine 4 darf ich hier nicht geben.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich glaube schon. Die Mehrheit vielleicht nicht. Ich glaube, dass ich da nicht repräsentativ bin. Die Mehrheit muss eher aufs Geld schauen als ich. Die schauen dann eher auf den Grundpreis. Erst wenn man es sich leisten kann, dann schaut man mehr auf die Umwelt. Ich habe den Luxus, dass ich mir Produkte leisten kann, die Gütesiegel oben haben und deswegen womöglich mehr kosten. Es wirkt sich vielleicht nicht direkt auf die Kaufentscheidung aus, aber lieber ist es mir.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Ich hoffe, dass das jetzt Gütezeichen sind… das AMA… das Fairtrade ist, glaube ich, auch ein Gütezeichen. Sonst fällt mir, glaube ich, nichts ein.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Die beiden, sonst würde ich sie auch nicht kennen.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja. Manche kaufe ich gar nicht gerne ein, das ist eher ein Zwang, weil ich es brauche. Auf andere Sachen stehe ich wieder. Ich kaufe nicht gerne Gewand ein, weil ich zu dick bin. Es ist so. Das ist aufgrund der Figur ein Frusterlebnis. Wäre ich schlank, würde ich das gerne machen, glaube ich. Ich möchte einfach möglichst schnell wieder das Geschäft verlassen können. Wenn ich nichts brauche, dann gehe ich auch nicht stöbern.

Verhält es sich bei Elektronikläden ähnlich oder anders?

In jeder Gruppe ist das anders. In Elektronikläden gehe ich nicht gerne, weil ich mich nicht auskenne. Das lasse ich dann eher über mich ergehen. Plattenläden oder Buchgeschäfte hasse ich, denn da erschlägt mich die Fülle. Ich liebe aber Baumärkte, da gehe ich auch hin, wenn ich nichts brauche. Ich liebe auch Papierhandlungen, da gehe ich auch hin, wenn ich nichts brauche. Oder Möbelhäuser mag ich gerne. Auch da gehe ich hin, wenn ich nichts brauche.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	1
Preis	3
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	3
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

Wichtige Anmerkungen: Ich schließe normalerweise von der Marke auf die Leistung und die Qualität. Von den technischen Daten habe ich keine Ahnung, da brauche ich entweder eine Beratung oder muss von der Marke her Rückschlüsse ziehen. Die Entsorgung ist mir peinlicherweise nicht so wichtig, aber die Energieeffizienz schon, da sich daraus die laufenden Kosten ergeben.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Das wäre ein Auto.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Gar nicht. Ein Arbeitskollege hat mir das Auto empfohlen. Er hat gemeint „das Auto gibt’s hier günstig“. Da war dann der Preis wichtig.

Haben Sie selbst Preisvergleiche durchgeführt?

Nein, ich habe dem Kollegen vertraut.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Ich habe ein Auto gebraucht. Das alte Auto war schon zu alt. Die Instandhaltungskosten wurden mir zu hoch.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein (lacht).

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Der Preis war ausschlaggebend. Es musste eine bestimmte Größe haben. Die ganzen Extras waren mir dann letztendlich auch wichtig.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Da waren bestimmt zwei Monate dazwischen. Ich wollte ein neues Auto haben und zwei Monate später hat mich mein Kollege über das Angebot informiert.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Zwei Tage nachdem mir der Herr Kollege davon erzählt hat, habe ich mir das Auto dann gekauft.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Nein.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nein. Die lese ich nie. Das liegt sicher an meinen männlichen Genen.

Können Sie sich an das letzte Mal erinnern, als Sie eine Betriebsanleitung gelesen haben?

Nein. Kann ich mich nicht erinnern. Das muss schon lange her sein.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Das hat mir gefallen. Für einen Kauf habe ich es zweimal gemacht. Buchungen habe ich schon öfter gemacht, das mache ich fast nur noch übers Internet. Flüge, Hotels, Karten, usw.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Nein, habe ich noch nicht gehabt. Spam kriegt eh jeder, aber das habe ich nicht darauf zurückgeführt.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Man kann es gemütlich vom Wohnzimmer aus machen, mit hochgelagerten Beinen. Man wird nicht zum Kauf genötigt, die Kaufentscheidung ist ganz frei. Man kann von der Tageszeit unabhängig einkaufen. Nachteil ist, dass man nicht genau die Qualität erkennen kann, die man sich einhandelt. Man muss sich auf Fotos und Beschreibungen verlassen.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Die sind da eher zufrieden, denke ich.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Ich finde, das passt. Meine Bekannten werden das genauso sehen, schätze ich.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	8	50
Bekleidung	5	50
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	10	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	10	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	10
Computer	5	50
Mobiltelefone	5	5
Pkw	15	15

Wichtige Anmerkungen: Bei Schuhen, die ich regelmäßig trage, würde ich mir schon eine unendliche Lebensdauer erwarten. Sagen wir 50 Jahre. Bei Bekleidung hängt es stark davon ab, wie oft man sie trägt und wie oft man sie wäscht. Auch hier würde ich mir eine unendliche Lebensdauer wünschen, also 50 Jahre wieder. Bei Möbeln reichen 20 Jahre, weil man da ja auch wieder mal etwas Neues haben will. Einen Computer sollte man auch ewig benutzen können, wenn man das möchte.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Bei meinem Fernseher, aber da hat es mir Leid getan, dass der so lange gehalten hat, denn ich wollte einen neuen haben. Das war schon fast zu lange. Die Marke weiß ich nicht mehr, der war nämlich so billig, deswegen war ich so begeistert. Gehalten hat er 20 Jahre.

Bei welchem Produkt waren Sie mit der Lebensdauer ganz und gar nicht zufrieden?

Geschirrspüler. Ein Siemens war das. Nur 8 Jahre hat der gehalten. Eigentlich eh lange, aber der rennt nicht so oft bei mir, deswegen hätte ich mir eine wesentlich längere Dauer erwartet.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Auf jeden Fall. Mir ist es lieber ein Gerät reparieren zu lassen als es auszutauschen. Wenn ich zufrieden bin, dann möchte ich es nicht austauschen. Wenn etwas nicht kaputt ist, dann werfe ich es prinzipiell nicht weg. Ökologische und ökonomische Faktoren spielen da eine Rolle.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Leider wird die Entwicklung eher gegenteilig sein.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass man von Unehrlichkeit seitens der Unternehmer geschützt wird. Der Konsumentenschutz vermeidet das dann präventiv und fechtet für mich einen Rechtsstreit aus.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

An den Konsumentenverein.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Der ist in jedem Bereich wichtig. Sowohl bei Nahrungsmitteln als auch bei großen Anschaffungen oder im Internet.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note zwei bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	1
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Hier kann man in jedem Bereich die Note 1 vergeben. Außer bei den Haustürgeschäften, die mache ich halt ganz einfach nicht. Die sind für mich ganz unerheblich. Da erwarte ich schon von vorne herein, dass ich da betrogen werde.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Ja. Erstens abonniere ich die Zeitschrift Konsument. Ich habe aber auch schon beim Konsumentenverein angerufen.

Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Da ist es um Urlaub und Reisen gegangen. Die waren sehr kompetent und haben mir geholfen.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Ich glaube nicht, dass ich sie gut kenne. Ich vertraue darauf, dass mich der Konsumentenschutz bewahrt.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Das kommt auf die Schulstufe darauf an. In der Oberstufe dann, vorher macht es wenig Sinn.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Ich liebe Werbung. Gute Werbung. Wenn sie gut gemacht sind und die Slogans gut sind, gut gefilmt sind, die Botschaft gut rüber kommt, dann finde ich das faszinierend. Alles mit Maß und Ziel. Zu viel des Guten ist auch schlecht. Werbeüberflutung kann schon wieder negativ sein. Fernsehwerbung ist ein typisches Beispiel. Die ständige Wiederholung ist nervig. Es sei denn, sie ist super gut, dann sehe ich sie gerne. Briefkastenwerbung habe ich abbestellt, die ist immer schlecht. Plakate gefallen mir, ich schaue sie an um festzustellen, ob sie mir gefallen. Ich bin da ein gutes Opfer.

Fühlen Sie sich von Werbung belästigt oder informiert?

Weder noch, eher unterhalten.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

In der Schule… die Schüler mit den teuren Markenkappen, die da eine Zeit lang ziemlich beliebt waren, obwohl sie 150 Euro gekostet haben. Gerade die Jugend mit den Handys, iPod, iPad und diese Dinge.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil es eine Produktvielfalt gibt. Die Kaufentscheidung muss man treffen, bevor man weiß, was es wirklich ist.

Wer ist im Allgemeinen empfänglicher?

Junge viel mehr als Alte. Ich sehe mich da eher als Ausnahme. Normalerweise mögen die Leute in meinem Alter die Werbung eher nicht. Wenn ich aber an meine Nichten und Neffen denke, die sind der Werbung fast schon hörig. Geschlecht ist da egal. Das Alter ist Kriterium Nummer 1. Ich glaube, die meisten Kaufentscheidungen werden von Frauen getroffen, die müssen mehr schauen, also werden sie auch eher angesprochen.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Sehr stark. Da gehört eine gesetzliche Beschränkung der Werbedauer im Kinderprogramm her. Die Kinder sollten da nicht zu oft und nicht zu lange am Stück berieselt werden dürfen. So wie es jetzt ist, kommt es mir zu viel vor.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja. Freunde und Familie. Wir haben auch Freunde in der Nachbarschaft.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Sehr häufig. Mehrmals im Jahr auf jeden Fall.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Auf die Chemie. Verlässlichkeit. Ehrlichkeit. Hilfsbereitschaft.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Verändert? Glaube ich nicht. Nein.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich merke, dass ihnen nichts abgeht, aber die Zufriedenheit der Österreicher, das ist etwas Anderes. Ich denke, die sind unzufrieden, obwohl es ihnen eh an nichts Grundlegendem mangelt.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ja, ich bin sehr zufrieden.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Nein. Keinerlei Wünsche. Das liegt sicher weniger an meiner Genügsamkeit, sondern eher daran, dass ich mir meine Wünsche bereits erfüllen konnte.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Ja. Diese Person kauft über die Maßen ein, ohne die Güter zu brauchen. Die Gründe weiß ich nicht.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Teilweise werden sie genutzt, teilweise werden sie ignoriert. Das liegt teilweise auch daran, dass ich die Anleitung nicht lese, da kenne ich dann die Funktionen gar nicht. Lieber habe ich es aber einfach. Wenn es Zusatzfunktionen hat und ich komme zufällig drauf, dann verwende ich es auch.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein, da gab’s nix.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Nein, da fällt mir nichts ein.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	2
Nachbarn	3
Verkehrsanbindung	3
Lärm	1

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

12 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein. Es gibt alles was ich brauche in der Nähe. Ich nutze zwar das Auto regelmäßig zum Einkaufen, würde aber notfalls auch ohne Fahrzeug meine Einkäufe problemlos erledigen können.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Ja, da hat sich sicher etwas verändert. Zum Teil die Preise. Ich habe bemerkt, dass Milchprodukte, insbesondere Schlagobers billiger geworden sind, was ich direkt auf die EU zurückgeführt habe. Elektronik ist auch billiger geworden. Da stellt sich die Frage, ob das mit der EU zusammenhängt.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Für mich merke ich persönlich, dass ich den Pass nicht mehr brauche zum Grenzübertritt innerhalb der EU. Die Duty Free Shops gibt es leider nicht mehr. So insgesamt gesehen hat die EU sicherlich wirtschaftliche und steuerrechtliche Vorteile für Unternehmer.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Es ist unerheblich, es geht nicht anders. Wir sind zu klein. Wir müssen halt einiges an Mitgliedsbeiträgen zahlen, aber das ist halt dann so. Wir müssen einfach das Beste aus unserer Situation machen. Alles Weitere ergibt sich dann schon.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Ich komme nicht wirklich zurecht damit. Ich rechne immer noch in Schilling um und wunder mich. Ich rechne um bei größeren Anschaffungen und bei ganz kleinen. Bei den mittleren nur ganz sporadisch.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Die Münzen sind nicht gut, aber die Banknoten sind super. Die Münzen unterscheiden sich zu wenig.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Nein. Das Leben ist durch die Inflation teurer geworden, aber nicht durch den Euro.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Energie, Treibstoff und bei den meisten Lebensmitteln. Wenn man ins Restaurant essen geht, merkt man es auch.

Sie haben vorhin Schlagobers und Elektronikprodukte erwähnt. Gibt es noch etwas, das billiger geworden ist?

Mehr fällt mir da auch nicht ein. Warum etwas billiger geworden ist, kann ich nicht sagen, da kenne ich mich wirtschaftlich zu wenig aus.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Die Mülltrennung trägt dazu bei, würde ich meinen, das kann jeder. Man kann auch darauf achten, das Autofahren zu minimieren. Man kann – da bin ich mir aber nicht sicher, ob das der Wahrheit entspricht – den Energieverbrauch minimieren, wenn man Geräte nicht auf Standby setzt. Man kann generell in vielen Bereichen sparsam mit Energie umgehen. Man kann Strom und Wasser sparen. Das mit dem Wasser finde ich in Österreich nicht so wichtig, aber global gesehen schon.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Bei der Müllmenge… das liegt leider nicht in meiner Hand, sondern in der Hand der Produzenten. Als Konsument sehe ich mich da machtlos.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Auf Fernreisen verzichte ich nicht. Der Spritverbrauch war ein Thema, wo ich mir lange was überlegt habe. Ich wäre bereit gewesen, habe es aber dann doch nicht getan. Die Technologie ist mir da noch zu unausgereift. Ob diese Hybridautos wirklich so ökologisch sind weiß ich nicht, da bin ich nicht so informiert.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Ich möchte nicht darauf verzichten.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Ja. Stricken, Sudoku, Kreuzworträtsel, Puzzlespiele, Videospiele.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ich glaube, die meisten schon. Also nie 100%ig, aber in Österreich wird das viel gemacht. Müll wird manchmal in die Plastikcontainer geworfen. Das ist noch viel schlimmer, als Plastikflaschen in den Müll zu werfen. Auch das kommt oft genug vor.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 22

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	57
Geschlecht	W
Beruf	Lehrerin für Deutsch und Geschichte an einer HTL
Haushaltsgröße	4
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Mehr als € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Universität, Akademie, Fachhochschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich erledige es quasi notgedrungen, wenn es notwendig ist, also…. ohne Gefühle. Es ist vollkommen neutral für mich. Es muss gemacht werden, also mache ich es, punkt.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Nichts. Ich schreibe mir da eine Liste und dann mache ich das, ohne Gefühlsanteil. Ich muss aber auch dazu sagen: ich bin nicht die Haupteinkäuferin, denn das macht mein Mann. Die Liste erstellen wir gemeinsam und wer mehr Zeit hat, der erledigt dann die Einkäufe. Meistens ist das dann eh mein Mann, der kümmert sich mehrmals pro Woche darum.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Schön ist es, wenn es vorbei ist. Wenn man wieder zu Hause ist und die Taschen ausgeräumt sind. Wenn man einkaufen geht, um sich selbst eine Freude zu machen, dann ist das natürlich etwas anderes, als wenn man Milch und Brot kauft. Also es ist ein Unterschied was man einkauft.

Bleiben wir noch bei den Einkäufen des täglichen Bedarfs: was ist hierbei störend und lästig für Sie?

Wenn das Geschäft zu groß ist. Zuerst einmal finde ich es irritierend, wenn man nur fünf Sachen braucht und sich in einem Labyrinth aus Gängen orientieren muss. Mit der Zeit kann man sich zwar immer leichter orientieren, die weiten Wege müssen aber trotzdem zurückgelegt werden.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Na je nachdem. Wenn ich mehr Auswahl brauche, gehe ich in ein größeres Geschäft und ansonsten in kleinere, wenn es schneller gehen muss und ich nur wenige Sachen brauche. Mir passt es immer, weil ich im Vorhinein schon weiß, was ich kaufen werde.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Im Supermarkt zu groß. Ich gehe aber auch viel lieber zu klassischen Märkten, als in Supermärkte. Dort bringt man mich nur mit vorgehaltener Pistole rein.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)

Also Vollkornprodukte, die gleichzeitig auch Bioprodukte sind, davon gibt es zu wenig. Generell von Bioprodukten, die dann auch wirklich Bio sind… davon sollte es mehr geben. Da steht dann zwar Bio drauf, aber sie sind nicht Bio. Obst, Gemüse, Milchprodukte… das ist alles ausreichend, ich möchte aber mehr Qualitätsprodukte aus heimischen Regionen.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Da ich eine trainierte Einkäuferin bin und eh immer das Gleiche kaufe, weiß ich wo was ist. Gegenwärtig finde ich das Milchangebot unübersichtlich. Hier gibt es so viele Variationen, das gehört besser sortiert.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ja, eh bei der Milch. Da gibt es mehrere Haltbarkeitsstufen, also Frischmilch, die Haltbarmilch und was es da noch so gibt… da geht so viel Zeit drauf, wenn man da genau schauen muss, um welche Milch es sich nun handelt. Diese Sucherei… man muss vom Haltbarkeitsdatum ablesen, um welche Milch es sich handelt. Wenn man die Milchpackung dann geöffnet hat, dann stimmt das Haltbarkeitsdatum ja gar nicht mehr, weil die ab dem Zeitpunkt nur noch wenige Tage haltbar ist. Da muss man sich dann merken, wann man die Packung geöffnet hat.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Eigentlich immer. Ich finde, die Kennzeichnung sollte deutlicher sein. Das Haltbarkeitsdatum, oder das Herkunftsland, wie es behandelt wurde… danach muss man oft länger suchen. Irreführende Aussagen kommen auch vor.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Groß, deutlich, klar sollte alles beschriftet sein. Groß die Schrift, deutlich die Inhalte und klar die Bezeichnungen. Die ganzen Farbstoffe mit den Ziffern… ich kann mir das einfach nicht merken.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Das Ablaufdatum ist mir speziell bei schnell verderblichen Waren wichtig. Bei sehr lange haltbaren Lebensmitteln, wie Konservendosen und ähnlichem schaue ich aber überhaupt nicht drauf, weil man da eh annimmt, dass es weit länger hält, als man es daheim stehen hat.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich glaube, die Leute würden darauf achten, aber nachdem es auch so viele Gütezeichen gibt, merkt man sich höchstens ein paar. Es ist meistens unklar, wofür das Gütezeichen steht und deswegen ist einem das dann auch weniger wichtig.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Ja. Freifang bei den Fischen, bei der Fischqualität. Dann natürlich die Anbaumethoden. Dann das mit den Delfinen, dieser Aufdruck da, den ich prinzipiell nicht glaube, da es so viele Schlupflöcher gibt. Mir fallen nicht so viele ein, weil ich weniger darauf achte. Das AMA gäbe es noch, oder Demeter, oder … ja, da gebe es eh noch einige.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Also bei Demeter glaube ich es sogar, dass das stimmt. Dann wäre mir noch wichtig, dass der Fischfang mit seriösen Methoden gemacht wird. Hier glaube ich den Zeichen eher weniger. Es steht zwar drauf, aber… da weiß man, dass es irreführend ist. Wenn man Qualität aus Österreich kaufen möchte und sich das Siegel nur danach richtet, wo das Produkt verpackt wurde, dann ist das Betrug am Konsumenten. Mir ist es ja egal, ob es in Österreich verpackt wurde oder nicht – also vollkommen egal ist es mir nicht – aber ich möchte lieber wissen, woher das kommt, was in der Verpackung drinnen ist und nicht bloß in welchem Land es verpackt wurde.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Prinzipiell nicht.

Gehen wir mal von einem Bekleidungseinkauf aus: Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Ich muss mir mehr Zeit dafür nehmen als für Lebensmittel. Mit Spaß ist das aber nicht verbunden. Wenn ich etwas brauche, dann gehe ich eben einkaufen und nehme mir so viel Zeit dafür, wie es eben nötig ist. Je schneller es erledigt ist, desto besser.

Wie sieht es im Vergleich dazu mit dem Einkauf von elektronischen Produkten aus?

Ganz genauso. Auch hier gehe ich nur dann wo hinein, wenn ich ganz genau weiß, was ich brauche. Oder wenn ich zumindest eine Idee von dem habe, was ich brauchen könnte. Also aus reiner Notwendigkeit heraus.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	5
Preis	3
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	4
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Eine Reise.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Eh eigentlich alles. Prospekte, im Reisebüro, Zeitschriften und im Internet natürlich auch.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

So ist es.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Interesse, Erholung… also zur Freizeitgestaltung.

Haben Sie sich überlegt, sich die Reise schenken zu lassen?

Nein.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Dass es meinen Wünschen am nächsten kommt… meinen Vorstellungen entspricht. Den Preis schaue ich mir schon an, also das Preis/Leistungsverhältnis möchte ich nicht komplett torpedieren (lacht). In erster Linie hat mich interessiert, ob es das ist, was es sein sollte.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Gerade einmal zwei Stunden.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Zwei, drei Wochen, bis ich gebucht habe.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Gab es Schwierigkeiten bei der Reise, oder hat alles gepasst?

Da hat alles gepasst, wir hatten keinerlei Schwierigkeiten.

Erinnern Sie sich an das letzte Mal, als Sie eine Betriebsanleitung gelesen haben?

Ich habe sogar zwei Betriebsanleitungen zuletzt gelesen. Die eine war für ein ganz einfaches Handy, die andere für einen Receiver.

Sind Sie mit denen zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Mit der Handyanleitung hat alles gepasst. Die Anleitung für den Receiver fand ich skandalös. Die habe ich gleich wieder ad acta gelegt. Zum Glück war ein Mann vorhanden, der sich der Sache angenommen hat. Jemand, der da nicht so technikaffin ist, der ist da komplett überfordert. Wäre ich in einem Singlehaushalt und könnte niemanden fragen, dann könnte ich wohl nicht einmal mehr ein Transistorradio in Betrieb nehmen. Es sollte vermehrt darauf Rücksicht genommen werden, dass es auch Leute wie mich gibt, die in solchen technischen Angelegenheiten nicht so bewandert sind.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja, habe ich.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht?

Nur gute.

Wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Früher häufiger, jetzt kaum mehr. Im Durchschnitt – wenn man das zusammenfasst – wird es ein paarmal im Jahr sein.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Bei mir zu Hause nicht, aber auf meine Email-Adresse der Schule bekomme ich ununterbrochen die absurdesten Angebote, teilweise sogar unter meinem eigenen Namen. Da frage ich mich dann öfters, wie die an meine Daten herangekommen sind.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Ich habe bisher fast nur Bücher bestellt. Bei Amazon. Da erspare ich mir die Wege. „Erst einmal hin, schauen ob das Buch schon da ist, dann noch einmal hin, das Buch bestellen, dann abholen und heim schleppen“ und so weiter. Und dann natürlich auch noch die Information. Also ich kann mich ja im Internet schon informieren und mir Meinungen anschauen. Ich würde nur vorsichtig bestellen, weil ich glaube, dass sich jede Menge Gauner auf dem Gebiet tummeln und daher ist mein Bedarf nicht riesig groß. Ich bin da eher zurückhaltend, wenn es um solche Sachen geht, wegen dem Risiko.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Es ist ein Unterschied, ob man eine Waschmaschine kauft, oder ein Paar Schuhe. Ich habe keine Ahnung. Es motzt halt keiner, also nehme ich an, dass das schon passen wird.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Das kann ich nicht wirklich sagen. Es ist schwer, das einzuschätzen.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	5	10
Bekleidung	3	6
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	1	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	10	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	15
Computer	10	20
Mobiltelefone	5	20
Pkw	10	40

Wichtige Anmerkungen: Da tue ich mir jetzt schwer, weil es ja aufs Material ankommt. Es ist ein Unterschied, ob es Leder oder Plastik ist *(Anmerkung: betrifft Schuhe und Bekleidung)*. Das ist schwierig, wenn ich mir einen Ledermantel kaufe, ist es was anderes als ein T-Shirt. Wird bei der tatsächlichen Lebensdauer angenommen, dass es da eine Reparatur gibt? Wenn es nur die Hardware ist… wenn man es nicht gerade hinunterschmeißt, was soll schon passieren? *(Anmerkung: betrifft Computer)* Wer hat die tatsächliche Lebensdauer eines Mobiltelefons je überprüft?

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Langlebigkeit wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Meine elektrische Zahnbürste (lacht). Die hält noch immer, also… endlos. Seit sieben oder acht Jahren habe ich die mittlerweile. Von Oral B ist die.

Und unzufrieden… mit der Waschmaschine. Die Marke habe ich verdrängt. Die hat nicht einmal ein Jahr gehalten. Da wäre die Reparatur so teuer gewesen, dass es sich nicht ausgezahlt hat. Das war dann halt ein Garantiefall und die wurde ausgetauscht.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ich finde das Reparieren super. Es trägt dazu bei, dass nicht so viele Rohstoffe verbraucht werden. Es wäre über die Maßen sinnvoll, wenn man nicht gleich alles wegschmeißen muss, da sonst zu viel Müll entsteht und auch für die Herstellung viel Energie verbraucht wird.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Ich glaube, dass das Wirtschaftssystem so angelegt ist, dass man möglichst viel konsumieren soll. Obwohl die Vernunft genau das Gegenteil gebieten würde.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass der Konsument sich a) darauf verlassen kann, dass die Produktangaben stimmen und b) dass die Gesetze so formuliert sind, dass ein Konsument die Chance hat, wenn er betrogen wird, dass er ohne großen finanziellen und administrativen Aufwand zu seinem Recht kommt.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Also die Arbeiterkammer. Konsumentenschutzverein.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Also ich denke, generell bei Versicherungen und Bankprodukten, da liegt es im Argen. Da geht es ja auch um was. Bei einem Semmerl brauche ich jetzt weniger einen Konsumentenschutz. Wobei in der Summe… da geht es ja auch um Verkehrswege – die so viel Energie kosten und schädlich für die Welt sind – und da muss man sich schon verlassen können, dass die Angaben auch korrekt sind.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note zwei bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	3
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	3
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Haustürgeschäfte mache ich gar keine, also schreiben wir „unwichtig“.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Habe ich sicher gemacht, aber ich habe es direkt wieder vergessen. Informiert habe ich mich sicher. Ja… Wegen einer Reiseversicherung.

Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Da habe ich beim VKI angerufen. Ich habe dabei gelernt, dass die Wege weit und verschlungen sind, die ich als Konsument absolvieren muss, um auch nur annähernd zu meinem Recht zu kommen. Oder zu dem, was ich glaube, was mein Recht ist. Beim VKI selbst haben sie mir gesagt, dass das der einzig

mögliche Weg ist, um zu meinem Recht zu kommen. Ob es tatsächlich stimmt oder nicht, weiß ich nicht.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

So halb.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja unbedingt. Eigentlich kann man schon von klein auf damit beginnen. Bei den Eltern, im Kindergarten, in der Volksschule und darauf dann immer aufbauend und weiterführend.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Belästigt fühle ich mich. Werbung im Briefkasten finde ich ganz böse. Ich schmeiße sie meistens weg. Fernsehwerbung bin ich nicht so wirklich ausgesetzt, weil ich mir meistens Videos anschaue. Ich bekomme das nur so am Rande mit und finde sie immer blöder. Plakate blende ich völlig aus, die werden von mir ignoriert.

Fühlen Sie sich teilweise informiert, zB von Briefkastenwerbung?

Nein, ich brauche das nicht. Das ist reine Ressourcenverschwendung.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Auf jeden Fall, keine Frage.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Ich bin umgeben von Leuten, die Produkte kaufen, ganz einfach weil man sie geködert hat. Mit unseriösen Werbestrategien. Erschreckend viele Schüler, die aus Elternhäusern kommen, wo ich weiß, dass dort nicht die Hunderter durch die Gegend fliegen, haben einen iPod oder tragen teure Modemarken. Da frage ich mich: „wozu brauchen die das?“.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil sie manipuliert. Weil man nichts darüber weiß, da kommen wir wieder zur Bildung. Die Menschen sollten darüber aufgeklärt werden, mit welchen schmutzigen Tricks die Werbebranche arbeitet. Wenn man nicht glücklich ist, dann will man sich Glück kaufen. Es suggeriert einem halt „wenn du das hast, dann…“, usw. Problematisch ist halt, dass die Werbung nicht informiert, sondern zu ihrem Nachteil in eine Richtung treibt. Je unglücklicher und unzufriedener man im Leben ist, desto eher wird man sich durch Werbung ansprechen lassen. Verstärkt wird das dann auch noch durch einen Mangel an Selbstbewusstsein. Weitere Verallgemeinerungen traue ich mir nicht zu, da muss ich passen.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Na stark. Ich bekomme das immer wieder durch unsere Schüler mit. Ich würde mir wünschen, dass wir ein anderes gesellschaftliches und politisches System haben. Eines, das mehr Wert darauf legt,

dass wir Kinder nicht zu Horden von Konsumenten erziehen. Jahre später fällt ihnen das alles auf den Kopf und die Verursacher putzen sich dann ab und sagen „das haben wir alles nicht gewusst“. Ich sehe die Eltern hier auch als Opfer. Die Medien spielen eine entscheidende Rolle, welche Werte vermittelt werden. Das lässt sich nicht so einfach grundlegend ändern, da das Einkaufen fest in unserem Wertesystem verankert ist.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja, klar. An wen ich mich da wende, kommt auf die Hilfe an, die ich brauche. Je nachdem wende ich mich an die Nachbarn, die Familie oder an Freunde und Bekannte.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Eher bin ich diejenige, die anderen hilft. Ich selbst suche höchstens ein paarmal im Jahr außerhalb meines Haushalts um Hilfe an. Wenn man selbst eine soziale Ader hat, dann kann man sich auch von den Anderen etwas erwarten. Wenn man aber selbst nur so ein Nehmer ist, dann wird man bald alleine auf der Welt sein. Bei den Schülern sehe ich immer wieder, dass die extrem hilfsbereit sind zueinander. Es ist ein gegenseitiges Geben und Nehmen. Eine Gemeinschaft kann nur so funktionieren, oder sie funktioniert gar nicht.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Es ist so… ich gebe mich ja hauptsächlich mit Leuten ab, wo ich mir denke „die sind ok“. Deswegen schauen die auch eher auf eine gewisse Grundanständigkeit. Auf materielle Dinge schaut man nicht vordergründig. Komplett egal wird es nicht sein. In Kollegenkreisen weiß ich nicht genau, worauf die schauen, das nimmt man nur eingeschränkt wahr. Man gibt sich auch hier vorrangig mit denen ab, die einem sympathisch sind und die einen anständigen und ehrlichen Eindruck machen.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Wahrscheinlich hat sich da was verändert. Im Moment glaube ich, dass die Leute eher von Existenzängsten geplagt werden. Als ich noch jung war, hatten wir nicht so die Befürchtung, später einmal keinen Arbeitsplatz zu bekommen. Von unseren Schülern bekomme ich immer wieder mit, dass sie sich Sorgen machen, was später aus ihnen wird.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich glaube, die sind zufrieden. Ich hätte nicht gehört, dass es nicht so wäre.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich habe genug. Da gibt es keinen Grund zur Klage.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Nein, das ist nicht zutreffend.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Ja. Glücksspiele weniger, aber halt… wo das Einkaufen das Wichtigste ist für die Leute.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Dass es ihnen nichts nutzt. Da geht es weniger darum, dass man das dann hat, sondern vielmehr um den Kauf an sich. Wenn der Kauf erledigt ist, dann stellt sich diese Leere ein und so muss gleich wieder etwas gekauft werden. Die Suche nach dem Glück quasi.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Wenn ich sie vernünftig finde, dann nutze ich sie. Klar. Meistens kaufe ich mir etwas, mit dem ich zurechtkomme. Wenn es tausend Zusatzfunktionen hat, dann möchte ich das Gerät erst gar nicht. Ich versuche auf Geräte zu verzichten, bei denen ich schon im Vornherein weiß, dass sie Funktionen haben, die ich nie benutzen werde.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein, da gab’s keinen Grund dazu.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Ich finde, dass unser Konsumsystem uns in den Untergang treibt. Global gesehen. Es ist verantwortlich für viele blöde Dinge der Gegenwart. In Zukunft wird die Zahl der Verlierer steigen, wenn sich aus derzeitiger Sicht nichts ändert. Nachdem für alle genug da wäre, empfinde ich die Ungerechtigkeit auf der Welt als das Schlimmste.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	1
Verkehrsanbindung	1
Lärm	1

Wichtige Anmerkungen: Hier kann man überall einen Einser vergeben, weil ich mit allem sehr zufrieden bin. Wir haben einen kleinen Schrebergarten.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Zwanzig Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein, sicherlich nicht.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein. Nein. Das passt so wie es ist. Ich habe zwar ein Auto, aber das wird nie zum Einkaufen benutzt.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Ich finde, dass insgesamt die Finanzgebarung der Konsumenten schlechter geworden ist. Die Anzahl der Schlupflöcher für Konzerne ist angestiegen.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Für Konzerne hat die EU sicher einige Vorteile. Zum einen wegen der Niederlassungsfreiheit, zum anderen aber auch wegen den Erleichterungen bei Export- und Importgeschäften. Als Einzelperson habe ich als Vorteil den einfacheren Ablauf bei Reisen innerhalb der EU und ich kann mich leichter im europäischen Ausland niederlassen und dort einen Job finden.

Was mir weniger gefällt ist, dass durch die Liberalisierungen kleinere und mittelständige Unternehmen immer weiter unter Druck geraten und die Big Player alle anderen vom Markt verdrängen. In der Politik gibt es auch Blockierer, die alles beim Alten lassen wollen und Veränderungen unaufgeschlossen sind. Und es gibt natürlich auch solche, die einfach nur schön kassieren wollen und sich an ihrem Posten mit aller Gewalt festkrallen.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Ich finde gut an der EU, dass es durch die wirtschaftlichen Verknüpfungen eine friedensstiftende Funktion gibt. Ich würde mir aber wünschen, dass es weniger Nationalismus gibt. Ich würde mir außerdem wünschen, dass die Politik und fähige Politiker die EU bestimmen und aktiv gestalten und nicht, dass es ein reines Wirtschaftsbündnis ist, das noch dazu einer breiten Mehrheit der Bevölkerung nicht unmittelbar dienlich ist.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Finde ich super. Hat keine Nachteile. Ich finde es angenehm, wenn man durch Europa reist und überall mit dem Euro zahlen kann. Ich würde mir sogar wünschen, dass es eine Weltwährung ist.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Man muss zurechtkommen, es geht ja gar nicht anders.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Ja, manchmal bei größeren Beträgen, damit ich mir eine Vorstellung machen kann. Wobei meine Kinder das zB nicht tun, weil sie mit dem Euro aufgewachsen sind und gar keine Vorstellungen vom Schilling haben. Bei Einkäufen im Supermarkt mache ich das überhaupt nicht mehr.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Ich glaube das eigentlich nicht. Ich glaube, es wäre so oder so teurer geworden. Man nennt das Turbokapitalismus, egal wie die Währung heißt.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Ich glaube, für die meisten Menschen in der Bezahlung der Grundbedürfnisse. Wohnungsmieten, Strom, Heizung und diese Dinge.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Wolle (lacht). Wenn ich mir Wolle kaufe, um damit einen Pullover zu stricken, dann zahle ich heute weniger für die Wolle als früher. Sonst fällt mir nichts ein.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Man kann Konsum verweigern, bis zu einem gewissen Grad. Man muss entscheiden bis wohin. Man sollte sich politische und wirtschaftliche Kenntnisse aneignen, damit man überhaupt in der Lage ist für sich selbst zu entscheiden „das mache ich und das mache ich besser nicht, oder das mache ich besser anders“. Sünden kann man sich gestatten, aber nicht zu viele. Ich gestatte mir auch Sünden, aber dann versuche ich eben die anderen Sachen nicht komplett daneben zu machen. Man sollte sich anschauen, was auf der Welt passiert und wer die Verlierer und die Gewinner sind. Spenden alleine sind langfristig gesehen auch nicht die Lösung.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja, das mache ich auch, glaube ich.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Bei vielen Kleinigkeiten, die man so im Supermarkt sieht denke ich mir immer wieder: „nein, das kaufe ich jetzt nicht, weil ich es nicht unbedingt brauche und es nur unnötig viel Mist verursacht“.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Die Fernreisen sind bei mir die Sünde. Ich versuche zumindest, es begrenzt zu halten. Ich verreise dann auch gleich für zwei Wochen am Stück, weil ich es pervers finde, wenn man für einen Urlaub übers Wochenende mit dem Flugzeug fliegt. Mit dem Auto fahre ich so wenig, dass es kaum ins Gewicht fällt. Ein kleines, spritsparendes Fahrzeug würde mir für den Stadtverkehr vollkommen reichen.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Könnte ich eigentlich. Mein Mann nicht. Ich für mich selber… also… brauche das Auto eigentlich nicht wirklich.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Was bleibt da übrig? Was ist wirklich immateriell? Ich lese gerne, aber Bücher müssen gedruckt werden. Ich fahre mit dem Rad, aber das Fahrrad ist ja auch materieller Natur. Also was mache ich gerne… dezenter Sport, also schwimmen und Gymnastik zum Beispiel. Lesen und kochen zur Entspannung.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Es kann sein, dass es bei Kleinigkeiten nicht funktioniert, aber ich glaube, so im Großen und Ganzen haut das hin. Die einzelnen Container werden genutzt, auch wenn manchmal das Falsche darin landet. Man kann den Leuten teilweise gar nicht die Schuld dafür geben, weil sie es gar nicht besser wissen. Eine gezielte Infokampagne könnte zu einer deutlichen Verbesserung führen.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 23

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	59
Geschlecht	W
Beruf	Sekretärin (Pension)
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Unter € 1.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule mit anschließender Lehre

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Wunderbar… Super. Da habe ich ein gutes Gefühl dabei.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Da schreibe ich mir eine Einkaufsliste – was ich benötige und was ich wo kaufe, in welchem Supermarkt. Da schaue ich mir immer vorher die Werbeprospekte durch, welche Aktionen es gibt. Ich fahre mit dem PKW einkaufen, sofern ich etwas brauche. So alle zwei bis drei Wochen.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Störend und lästig ist, wenn man irrsinnig lange an der Kassa warten muss. Angenehm ist eh alles, ich finde nichts weiter lästig. Zum Beispiel habe ich es ganz gerne, wenn sie hin und wieder so Kostproben verteilen. Lästig ist vielleicht, wenn ein Artikel aus ist, den man gerade brauchen würde. Unfreundliches Personal, aber das kommt nur selten vor.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Sehr zufrieden.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Eher zu groß, ich brauche keine ausländischen Angebote. Türkische Waren und sonstige, das brauche ich nicht. Auch kein Obst aus Israel oder Argentinien.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Bei den Milchprodukten ist die Auswahl schon sehr groß, die müsste nicht so groß sein. Mineralwässer gibt es auch viel zu viele. Ein billigeres und ein teureres Mineralwasser würden da auch reichen. Bei den Süßigkeiten gibt es auch zu viel Auswahl. Da fällt mir die Entscheidung schwer. Vielleicht ist das auch gut so, ich sollte sowieso weniger naschen. Wo wollen wir mehr Auswahl? Da ist eh überall alles ok.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich behalte den Überblick. Ich weiß, wo alles gelagert ist… Ich habe da eigentlich kein Problem.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ja. Inhaltsangaben sind unkorrekt. Da wird viel geschummelt und gemogelt. Es gibt so viele Mogelpackungen im Handel. Verpackungen sind allgemein zu groß.

Vermissen Sie irgendwelche Angaben auf den Packungen?

Die Gebrauchsanweisungen auf den Packungen sind teilweise unvollständig oder zu klein. Zum Beispiel bei dem Raumspray, das ich mir letztens gekauft habe. Da habe ich übersehen, dass man das vorher schütteln muss, weil es so klein und versteckt angeschrieben war. Das habe ich erst im Nachhinein entdeckt.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Oft ist die Beschriftung so klein. Jemand der schlecht sieht, muss sich da erst einen Lesebehelf nehmen, damit er das lesen kann. Das sollte gleich ins Auge springen.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Na es sollte größer angeschrieben werden.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	2
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	1
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	1

Wichtige Anmerkungen: Ich will sicher sein, dass das auch der Wahrheit entspricht, was auf der Packung steht.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ja.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das AMA-Gütesiegel ist einmal das Um und Auf. Da weiß man wenigstens, dass man ein österreichisches Produkt in Händen hält. Was gibt es denn da noch? Mehr weiß ich nicht.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Das AMA natürlich.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Natürlich. Es ist angenehmer, ruhiger. Weniger Gedränge. Gemütlicher und entspannter als im Supermarkt.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Das ist immer ein Erlebniseinkauf, das kann ruhig ein wenig länger dauern. Man nimmt sich da mehr Zeit dafür, da man es nicht alle Tage macht. Ich schaue und gustiere gerne. Ich will nicht behaupten, dass es ein Hobby ist, aber ich mache das schon eher regelmäßig.

Ist das bei Gewand und Elektronikprodukten so?

Eigentlich nur beim Gewand. Elektronikprodukte shoppe ich nicht so gerne, da kenne ich mich zu wenig aus. Das muss dann schon schnell gehen.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	1
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	1
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	1

Wichtige Anmerkungen: Das ist eh alles wichtig eigentlich.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Eine Waschmaschine habe ich mir zuletzt gekauft. Das ist erst ein paar Wochen her.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Über Prospekte aus dem Briefkasten habe ich mich zuerst einmal informiert. Und dann im Internet. Beim Händler habe ich mich dann auch noch beraten lassen.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja, durch die Prospekte.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Die alte Maschine ist eingegangen. Ich hatte da keine große Wahl. Zum Glück habe ich dann recht schnell eine Aktion in einem Prospekt entdeckt.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Schenken? Wer schenkt einem eine Waschmaschine?

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Es war einmal die Energieeffizienz sehr wichtig. Und die Leistung war sehr wichtig. Dann natürlich der Preis, eh klar.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Schon sechs Wochen, würde ich sagen. Ca. eineinhalb Monate.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Zwei Wochen. Oder eigentlich sogar nur eine Woche. Das war gerade eine Aktion und die haben ja wöchentlich andere Aktionen.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes?

Nein.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Hätte man besser machen können. Es war nur ein Folder und keine Broschüre. Das hätte ausführlicher beschrieben werden können. Das war ein gefaltetes Papier, mehr nicht. Es kommt sicher vor, dass man das gleich wegwirft, weil man nicht erkennt, dass es eine Anleitung sein soll. So stelle ich mir keine Betriebsanleitung vor. Ich habe mich aber auch so ausgekannt mit der Maschine. Die neue Maschine war nicht so viel anders als die alte.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Nein, ich persönlich nicht.

Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden? (fehlende Datensicherheit, mangelhafte Rechtsdurchsetzung, technische Barrieren,…)

Die Bezahlungsart. Die muss man dann auch übers Internet machen und das will ich nicht. Das ist mir zu unsicher und indiskret. Ich möchte meine Kreditkarteninformationen nicht im Internet angeben.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Die fehlende Sicherheit und dass ich das Produkt nicht vorher begutachten kann. Was hat das für Vorteile... Mehr Auswahlmöglichkeiten. Bessere Vergleichsmöglichkeiten.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Die elektronischen Geräte… damit ist man jetzt nicht mehr so zufrieden wie früher. Sonst im Allgemeinen ist man eher schon zufrieden. Außer mit den elektronischen Geräten halt. Das sind eher Wegwerfartikel.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Das passt im Großen und Ganzen.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	10	10
Bekleidung	10	10
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	15	15
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	6	15
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	15
Computer	4	10
Mobiltelefone	5	10
Pkw	10	15

Wichtige Anmerkungen: Da sind sie zwar schon altmodisch, aber in meinem Alter ist mir das schon egal *(Anmerkung: betrifft Bekleidung und Schuhe)*. Im Grunde hält das ja sogar noch viel länger, wenn wir uns da ehrlich sind *(Anmerkung: betrifft Möbel).*

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Zum Beispiel meinen Geschirrspüler habe ich 17 Jahre gehabt. Ein AEG war das. Der war fast unzerstörbar, aber nach 17 Jahren ist er dann doch eingegangen, aber was soll man sich nach so einer langen Zeit auch anderes erwarten? Unzufrieden war ich mit meiner Bauknecht Waschmaschine. Ich glaube, die hatte ich nur drei oder vier Jahre.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ja schon. Das würde ich mir wünschen.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Momentan hat es den Anschein nach Wegwerfprodukten. Ich glaube, dass sich das nicht ändert.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass das gekaufte Produkt ehrlich im Inhalt und der Qualität ist und natürlich im Preis.

Und wie wird diese „Ehrlichkeit“ erreicht?

Indem der Konsumentenschutz das laufend kontrolliert. Durch Stichproben und Produkttests. Den Konsumenten gibt das eine Sicherheit.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

An den Konsumentenschutzverband. KSV glaube ich heißt der, oder?

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Bei den Lebensmitteln. Geldanlage, Banken. Spitäler zählen auch dazu?

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	1
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	3
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Haustürgeschäfte mache ich keine, aber die anderen machen sie und sollen geschützt werden. Ich habe keinen Kredit, aber trotzdem ist es sehr wichtig.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ja, im Fernsehen. Diese Sendungen verfolge ich regelmäßig. Ansonsten habe ich noch nie persönlich Auskunft eingeholt.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Ja, durchaus.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja. Ab der Oberstufe, so ab 15 sollte man sich damit befassen.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Die ist sehr informativ. Prospekte sind wichtig für den Einkauf, auch Fernsehwerbung schaue ich ganz gerne. Es ist aber auch Plakatwerbung wichtig zur Information. Auch Zeitungsinserate eigentlich.

Fühlen Sie sich auch manchmal belästigt?

Belästigt fühle ich mich da nicht.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja, das denke ich schon.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Ja. Sowas sieht man laufend. Momentan fällt mir nichts Konkretes ein.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Durch die Werbung wird man auf das Produkt aufmerksam gemacht. Manche Menschen sind verführbar. Wenig gebildete Leute brauchen das alles was sie sehen.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Sehr. Man sollte da an der Erziehung und an der Schulbildung ansetzen.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja, doch. An die Nachbarn und die Freunde. Was die Familie betrifft, da bin ich eher diejenige, die sich um die Anderen kümmert.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Sehr wenig. Alle paar Jahre mal. Wenn ich aber jemanden brauche, dann habe ich meine Nachbarn, Familie und auch Freunde zur Hilfe.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Auf die Wohnung. Aufs Auto. Was er ansonsten besitzt im Allgemeinen weniger. Das bekommt man ja auch nicht immer so direkt mit. Auf die Freundlichkeit. Auf die Gesundheit. Auf die Gepflegtheit und das Äußere. Kleidung, kann man auch sagen.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Das glaube ich nicht, was soll sich da geändert haben? Damals gab es Blöde und jetzt gibt‘s auch Blöde, oder? (lacht).

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich glaube, dass sich jeder alles leisten kann, was er zum Leben braucht. Mir wäre nicht aufgefallen, dass da jemand unzufrieden wäre.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Nein, mir geht nichts ab.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Nein, habe ich nicht. Keine extravaganten Wünsche.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Nein, da kenne ich niemanden.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Die werden Großteils genutzt. Außer beim Handy, da nutze ich keine Zusatzfunktionen.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Ja, über die Post. Ich habe mich nicht beschwert, sondern gewundert, weshalb ich von einem Toten Post bekommen habe. Der Postler verwechselt immer wieder die Post. Ich möchte nicht wissen, wie oft es schon vorgekommen ist, dass jemand meine Post bekommen hat und dann weggeworfen hat.

Und da haben Sie sich bei der Post beschwert?

Beschwert nicht. Beschweren nützt ja nichts.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Nein, so auf die Schnelle fällt mir da nichts ein.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	1
Verkehrsanbindung	1
Lärm	1

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

30 Jahre. Ewig.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Ja, das habe ich schon vor.

Weswegen?

Die Wohnung ist zu groß, ich möchte eine kleinere.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Da passt alles. Wir haben ein kleines Einkaufszentrum in der Nähe. Bekleidungsgeschäfte und Schuhgeschäfte fehlen aber in unmittelbarer Nähe. Ich nutze immer das Auto, da das Einkaufszentrum etwas weiter weg ist und ich fast ausschließlich Großeinkäufe tätige.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Als Konsument hat sich viel geändert. Vor allem einmal die Teuerung. Das können Sie dann ruhig in Großbuchstaben schreiben, das ist ein Wahnsinn! Die meisten anderen Änderungen bekommen wir eher indirekt zu spüren.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Negativ empfinde ich die allgemeine Teuerung. Mitspracherechte in der EU sind für uns Österreicher zu gering. Und die Angleichungen an andere Länder gefallen mir weniger. Es gibt nichts Positives am Beitritt... Außer, dass es ein Friedensprojekt ist, was ja wichtig ist. Wir haben halt den Euro und müssen kein Geld wechseln im Ausland, aber sonst… Wir haben mehr Angebot an ausländischen Waren, aber da habe ich vorher gesagt, dass ich die eh nicht brauche, deswegen sage ich mal, dass ich das eher negativ sehe. Positiv ist auch das Eurobanking, dass man das Großteils spesenfrei machen kann. Auch das brauche ich nicht, ich bestelle nichts im Ausland.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Naja, optimistisch bin ich schon, dass sich Europa wirtschaftlich wieder erholt. Das denke ich doch. Zumindest in einigen Jahren. Der EU Beitritt war schon eine eher positive Sache. Was ist uns auch anderes übrig geblieben? Früher oder später hätten wir ja sowieso dazu gehen müssen.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Die Teuerung ist negativ. Gute Erfahrungen… kann ich nicht sagen.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Gut. Da hatte ich nie Probleme. Ich habe nie viele Münzen zusammen bekommen, ich habe die immer gleich ausgegeben.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Ab und zu. Wenn ich mir etwas Teures, Ungewöhnliches kaufe.

Sie meinen also, dass das Leben seit der Euroeinführung teurer geworden ist. In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Bei den Lebensmitteln, glaube ich. Aber eh allgemein. Aber eher bei den Lebensmitteln.

Kann man die Teuerung in erster Linie auf den Euro schieben, oder hat diese Teuerung auch andere Gründe?

Sicher liegt das am Euro. Was früher 10 Schilling gekostet hat, das kostet jetzt einen Euro oder mehr. Überall wurde frech aufgerundet, so wie das zu befürchten war. Oder man hat die Preise einfach angehoben, im Gasthaus zum Beispiel.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Nein. Bekleidung ist vielleicht ein bisschen billiger geworden. Technische Produkte, Elektrogeräte.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Beim Einkauf auf die Verpackung achten. Mülltrennung. Erneuerbare Energie verwenden. Windkraft, Solarenergie. Sparsam mit Rohstoffen und Energie umgehen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Nein, nicht wirklich. Das was ich kaufe, das brauche ich. Auf was soll ich da verzichten?

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Nein, nicht wegen der Umwelt. Eher wegen den hohen Benzinpreisen. Verreisen kann ich eh nicht, weil ich mich um meine Mutter kümmern muss.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Unverzichtbar.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Meine Hobbys sind alle umweltfreundlich. Spazierengehen, mich um meine Mutter kümmern oder Fahrrad fahren.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ja, denke ich schon. Mir wäre da noch nichts Negatives aufgefallen.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 24

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	61
Geschlecht	M
Beruf	Logistikmanager
Haushaltsgröße	3
Kinder unter 18 im Haushalt	1
Wohngegend	Kleinstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 2.000 und 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Universität, Akademie, Fachhochschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Also vom Gefühl her würde ich sagen… ich betrachte das eher emotionslos. Das verursacht kein besonderes Zufriedenheitsgefühl. Ich nutze die Möglichkeit für die täglichen Einkäufe meistens am Abend, wenn ich nach Hause fahre von der Firma. Da nutze ich einen Supermarkt an der Autobahn. Ansonsten wird das von meiner lieben Gattin erledigt.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Ich empfinde das nicht als Muss, sondern als Abdeckung des täglichen Bedarfs. Was man halt in der Woche so braucht… Brot, Milch, Obst und so weiter. Ich sehe das nicht als Druck, sondern weil ich es so will. Gezwungenermaßen nutze ich das Auto, denn ich arbeite am Stadtrand von Wien. Dort bin ich Logistikmanager und manchmal wird es sehr spät am Abend. Unter der Woche ein- bis zweimal. Großeinkäufe machen wir immer nur samstags. Bei den Großeinkäufen haben wir unsere Einkaufliste dabei, ansonsten habe ich das was ich brauche im Kopf.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Positive Aspekte sehe ich darin… wir fahren seit Jahren von hier nach Wiener Neustadt zum Interspar. Da sehe ich sehr positiv, dass der den Anteil davon abdeckt, was wir die ganze Woche brauchen. Es ist für uns beim Einkaufen wichtig, dass wir alles in einem Geschäft bekommen. Ich will nicht in zehn verschiedene Supermärkte gehen. Ich sage mal, wenn es um Lebensmitteleinkäufe geht, könnte ich nicht sagen, dass das irrsinnig Spaß macht. In immer mehr Supermärkten kann man mit der Kreditkarte bezahlen. Das ist positiv, weil der Betrag erst am Monatsende abgebucht wird. Zum Beispiel lege ich sehr viel Wert auf frische Produkte. Wenn ich in die Obst und Gemüseabteilung komme und sehe, das ist nicht wirklich frisch, das empfinde ich als störend. Das setzt sich fort bei Backwaren. Auf die Qualität lege ich sehr viel Wert, da bin ich bereit mehr dafür zu bezahlen. Störend

empfinde ich, wenn gerade an Großeinkaufstagen sehr lange Wartezeiten an den Kassen entstehen. Da denke ich mir, da sind die Supermarktleiter nicht flexibel genug, um das Personal entsprechend einzusetzen.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Das Warenangebot, mit dem bin ich schon sehr zufrieden, weil die Auswahl heute schon sehr, sehr groß ist.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Ich denke, es ist nicht zu groß und nicht zu klein. Ich denke, dass das Angebot sehr gut ist.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)

Nein, eigentlich nicht, ich denke, bei einer zu großen Auswahl wirst du unentschlossener. Da stehst du bei jeder Produktgruppe davor und weißt nicht, was du nehmen sollst. Ich bin da ganz zufrieden. Ich denke, dass im Allgemeinen eigentlich zu viel angeboten wird. Was gar nicht notwendig wäre. Wenn ich so daran denke, wenn ich am Samstag den großen Supermarkt durchstreife… Milchprodukte. Dann auch die Backwaren, diverseste Weckerl. Oder Süßigkeiten. Ich glaube, das ist auch nicht notwendig.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich behalte meistens den Überblick, weil ich mir das schon sehr genau anschaue. Darum habe ich meine Vorstellungen, also dass ich weiß, was ich brauche und ich gehe gezielt zu dem Produkt, das ich möchte.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Manchmal schon, weil es sehr, sehr viele Abkürzen gibt. Das gefällt mir nicht so gut, weil ich denke, da musst du schon bald Wissenschaftler sein. Das finde ich nicht in Ordnung. Was mir auch nicht gefällt, sind teilweise unrichtige Angaben auf den Produkten. Das Beispiel mit dem Joghurt. Wenn ein Erdbeerjoghurt auf 250 Gramm nur eine einzige Frucht enthält und der Rest mit irgendwelchen Schimmelpilzkulturen aufgepäppelt wird, da vergeht mir der Appetit auf jedes Joghurt.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Lesbar ist es schon. Wenn ich speziell etwas wissen will, dann schaue ich im Internet nach.
(Anmerkung: Schwer auffindbare Angaben bezüglich des Ablaufdatums wurden bei der quantitativen Erhebung bemängelt)

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Ich würde mir wünschen, dass die Erzeuger alles anführen sollten und vor allem genauer. Ganz, ganz wichtige Dinge wie Zucker und Fettgehalt sollten an erster Stelle stehen und speziell ausgewiesen

werden. Da ärgeren mich Kinderjoghurts. Da gibt es erstens mal gar nicht so viel Auswahl und dann verstecken die meistens den Zuckergehalt und den Fettgehalt hinter irgendwelchen Abkürzungen.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	2
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	4
Hersteller/Produzent	4
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Auf das Ablaufdatum achte ich sehr, nur manchmal ist es schwer zu finden.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich denke ja.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Da gibt es das ARA. Das AMAG. Bei Elektronikprodukten gibt es, glaube ich, auch ein von der EU vergebenes Gütezeichen.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Eigentlich nichts Bestimmtes.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfs hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Eigentlich schon, ja. Der Unterschied ist von dem her einfach… weil ich mir etwas kaufe, das mir gefällt und das ich brauchen kann.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Das kann man eigentlich schon irgendwie eher als Erlebnis bezeichnen.

Nehmen wir einmal die Anschaffung von Bekleidung her. Ist das eher ein Erlebnis, oder gehen Sie da gezielt einkaufen, sofern Sie etwas Bestimmtes benötigen?

Es kommt schon vor, dass ich in ein Geschäft gehe und einfach nur schaue, ohne dass ich sage: „ich brauche etwas ganz Bestimmtes“. Anprobieren mag ich eher weniger, aber ich nehme mir Zeit, das Warenangebot anzuschauen. So oft mache ich das nicht. Lästig ist es nicht.

Und wie sieht es im Vergleich mit Elektronikprodukten aus?

Schon auch ähnlich. Da sehe ich mich gelegentlich um, was es so gibt. Da nehme ich mir auch Zeit.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	2
Preis	1
Leistung (technische Daten)	2
Aussehen/Design	1
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	2
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Das liegt jetzt schon bald ein Jahr zurück. Das war zB der Wohnzimmerverbau da.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Ich bin da ohne bestimmte Vorstellungen durch verschiedene Möbelhäuser gegangen und habe dann diesen Verbau ausgewählt. Erstens einmal, weil mir das Aussehen sehr gut gefallen hat und zweitens, weil es vom Preis her sehr günstig war. Statt 4.000 Euro nur noch 990. Design und Preis waren der Kaufgrund. Ich habe mir das erst einmal angesehen und mich dann noch im Internet darüber informiert. Das war so ein italienischer Händler.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Der Grund war ein Platzproblem. Wir hatten vorher nichts stehen, nur so Wandboards. Das war wirklich ein Platzproblem. Sozusagen: „Wo bringe ich die vielen kleinen Sachen unter?“. Das war der Hauptgrund dafür.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein.

(Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf? Anmerkung: Frage wurde bereits beantwortet)

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

So drei bis vier Wochen.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Das waren vier, fünf Tage.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Nein, weil ich habe mir das liefern und montieren lassen.

Haben Sie trotzdem die Montageanleitung gelesen?

Nein.

Können Sie sich an die letzte Bedienungsanleitung erinnern, die Sie gelesen haben?

Ja. Das letzte Mal beim Aufbau von Ikea Möbel.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Grundsätzlich würde ich mal sagen: „Bedienungsanleitungen kann man immer besser machen“. Da denke ich mir, da wird so viel Geld von Unternehmen in Design und Funktionalität investiert, aber in so wichtige Dinge wie eine Betriebsanleitung,… da habe ich manchmal den Eindruck, das kümmert eigentlich keinen. Ich bin der Meinung, dass Betriebsanleitungen, sei es jetzt von einem Möbelstück, um es aufzubauen, oder bei einem Fernsehgerät, um es in Betrieb zu nehmen... das ist nicht sehr gut. Es sollte besser und verständlicher beschrieben werden.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Jawohl.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Eigentlich sehr gute, wobei ich da sagen muss, wir kaufen da wenn nur bei Amazon und nur bei großen Unternehmen ein. Und nicht bei eBay oder so, weil mir das zu unsicher ist. Wir fliegen sehr oft nach Schweden, weil die Schwester meiner Frau in Schweden verheiratet ist. Die Tickets dafür werden fast immer übers Internet gekauft. Bücher kaufe ich immer wieder übers Internet. Aber wie gesagt, nur über sichere Verbindungen bei größeren Händlern. Aufs Jahr hochgerechnet würde ich sagen, so zwischen 10 und 20-mal.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Nein eigentlich nicht. Den Grund dafür sehe ich darin, dass wir nur bei großen Händlern einkaufen und dies dadurch vermieden werden kann.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Der Vorteil ist, du hast eine sehr große Auswahl und brauchst nicht stundenlang in irgendwelche Geschäfte fahren und dort umherlaufen, wenn du spezielle Produkte brauchst. Die Auswahl ist sehr groß. Du kannst dich auch leicht über Preise informieren. Zum Beispiel über die Plattform „Geizhals.at“, die nutze ich häufig für Preisvergleiche. Produktinformationen kriegst du wesentlich

bessere als beim Händler. Da nehme ich als Beispiel die Baumärkte, da verstecken sich die Verkäufer und haben meiner persönlichen Meinung auch nicht das nötige Wissen. Negativ kann ich nichts sagen, denn selbst die Lieferzeiten sind heute unglaublich schnell. Der einzige Nachteil ist, dass du beim Händler das Produkt in die Hand nehmen und anschauen kannst. Das geht online natürlich nicht.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Ich denke, die sind eher zufrieden.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Ich denke, dass das im Großen und Ganzen auch in Ordnung ist. Nur muss man da mit großen Augen durch die Supermärkte gehen, weil ich merke, dass die Produkte bereits abgelaufen sind.

Es geht hier in erster Linie um Gebrauchsgegenstände, wie eben Bekleidung, technische Geräte und ähnliches.

Ah, ok. Ja, da passt das eh auch. Ich bin da eher der Mensch, der da ein bisschen mehr ausgibt für das Produkt und dafür weiß ich, dass die Lebensdauer entsprechend länger ist. Das ist eher ein ökonomischer Grund, aber auch ökologisch motiviert. Nehmen wir zum Beispiel den Flachbildfernseher: einer unserer Kunden ist zB Samsung. Wir machen Logistik für Samsung. Da sehe ich, dass du alle sechs Monate ein neues Produkt kaufen kannst. Solange der hält – und ich gehe von sieben Jahren Lebensdauer aus – solange sehe ich keinen Grund, mir etwas Anderes zu kaufen.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	1	2
Bekleidung	2	2
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	10	10
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	2	2
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	7	7
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	7	7
Computer	5	5
Mobiltelefone	2	2
Pkw	10	10

Wichtige Anmerkungen: Das kommt immer ganz auf die Qualität des Produktes an. Ich könnte zB sehr günstige Schuhe kaufe, da ist es mir aber klar, dass die Qualität sehr gering ist. Speziell bei Schuhen, wenn ich an meine Tochter denke, da habe ich auf hohe Qualität immer sehr viel Wert gelegt. Die tatsächliche Lebensdauer ist auch eine Frage, wie oft ich das Stück verwende. Ich habe Bekleidung im Schrank, wo meine Frau sagt, bitte bring das zum Roten Kreuz. Es ist schwer hier einen Durchschnitt zu ermitteln. Bei Computer ist es ein bisschen schwieriger. Gerade bei Computern

ändert sich ständig irgendwas. Beim Pkw muss ich ein bissl nachdenken, denn ich habe ein Firmenauto. Es kommt halt immer auch ein bissl darauf an, wie man das nützt und wie häufig.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Ja, Küchengeräte. Siemens Geschirrspüler. Der letzte, den wir hatten, der hat zehn Jahre gehalten. Auch die Waschmaschine, eine Bauknecht. Die haben wir jetzt schon sieben Jahre und die läuft immer noch einwandfrei. Das ist später ein wichtiger Grund, auf die Marke wieder zurückzugreifen.

Haben Sie auch ein Produkt, bei dem Sie mit der Lebensdauer überhaupt nicht zufrieden waren?

Ja, da gibt es schon etwas, das ist ganz lustig, nämlich DVDs. Und warum gerade DVDs? Meine Tochter hat an die 100 Filme, da ist kein einziger selbstgebrannt oder runtergeladen, sondern alle original gekauft. Nach dem zehnten Mal abspielen gibt es einen erheblichen Qualitätsverlust. Wenn die zehn, fünfzehnmal eine DVD anschaut, dann merkt man, dass die hängen bleiben.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das nicht erforderlich?

Das wäre schon erforderlich, aber ich glaube leider nicht, dass es so sein wird. Ich glaube, dass wir den Weg der Wegwerfgesellschaft gehen. Das sehe ich nicht positiv. Ich würde mir wünschen, dass mehr repariert werden könnte.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Das Wort sagt eigentlich schon alles. Um jeden Menschen zu schützen. Das beginnt unmittelbar für das Leben des Menschen – also gesundheitsgefährdende Aspekte. Das kann Lebensmittel betreffen und elektronische Produkte, dass die entsprechend geschützt und abgeschirmt sind. Also Schutz und sehr strenge Kontrolle.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Da gibt es den Konsumentenschutz. Konkret kann ich es nicht sagen, weil ich Gott sei Dank hier nie ein Problem gehabt habe. Ich kann mich nur erinnern, dass ich vor vielen, vielen Jahren… da kann ich mich erinnern, ich habe im Supermarkt ein Glas Essiggurken gekauft. Das habe ich geöffnet und ein Stück probiert und sofort festgestellt: „das ist nicht in Ordnung!“. Ich bin zum Marktleiter zurückgegangen und habe das reklamiert. Der hat gemeint: „Das ist Einbildung, das sind spezielle Produkte aus Bayern“. Da habe ich gesagt, das …. Da habe ich das aufs Magistrat in Wiener Neustadt geschickt und habe das testen lassen. Nach einigen Wochen habe ich ein Schreiben bekommen, dass das Produkt kaputt war und die komplette Lieferung davon betroffen war. Der Supermarkt wurde zu einer Strafe verdonnert. Die komplette Lieferung dürfte da kaputt gewesen sein. Ich kann mich noch sehr gut erinnern, das waren so bayrische Essiggurkerl.

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

In den Bereichen, die die Gesundheit des Menschen gefährden könnten. Das betrifft eigentlich sehr viele Bereiche. Das beginnt bei Lebensmitteln, das betrifft auch elektronische Produkte. Da kannst du bei chinesischen Produkten einen Stromschlag bekommen, habe ich gehört in einer Doku.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	3
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	2
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	2
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	2
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	2

Wichtige Anmerkungen: Ich lasse mich gar nicht darauf ein *(Anmerkung: betrifft Haustürgeschäfte).*

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ich sehe da immer wieder… ich schaue mir sehr gerne so verschiedene Dokumentationssendungen an. Ich informiere mich da schon sehr viel. Ich habe es Gott sein Dank, bis vor einigen Jahren mit den Gurkerln, noch nie gebraucht.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Ich denke schon, ja. Wenn es notwendig sein sollte, dann denke ich, da hat jeder Mensch sehr viele und sehr gute Möglichkeiten seine Rechte durchzusetzen und auch zu bekommen.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Finde ich wichtig ja. Ich würde sagen, so ab der fünften Klasse. In der Oberstufe.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Die Werbung aus dem Fernseher, die interessiert mich überhaupt nicht. Ich sehe das manchmal, aber ich registriere das eigentlich überhaupt nicht, da schalte ich eher ab. Was ich mir immer wieder anschaue, sind die Flugblätter aus dem Briefkasten, das schaue ich mir schon immer wieder an. Ich nutze das als Information. Belästigt fühle ich mich dadurch nicht, aber ich denke manchmal, das ist schon sehr viel. Plakate beeinflussen das Stadtbild negativ. Ich finde das manchmal nicht so passend im Stadtbild, aber ich sehe das nicht als Belästigung.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Das glaube ich schon, ja.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Ja, kenne ich. Das war die Actimel-Geschichte. Die größte Werbelüge des Jahrhunderts hat Danone verbreitet. Da habe ich mit meinem Arbeitskollegen darüber diskutiert und auch mit meinem Schwager. Die sind sowas von beeinflusst worden von der Werbung. Die waren sowas von überzeugt von der Werbung. Ich habe ihnen die Augen geöffnet und gesagt: „Schaut’s her, das ist die größte Werbelüge überhaupt!“. Die Werbung kann Menschen im Prinzip schon sehr beeinflussen.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil sie einfach lügen. Das ist wirklich auf den Punkt gebracht. Werbung ist oft eine reine Lüge. Da werden falsche Informationen verbreitet und die Menschen glauben das.

Und wer ist dafür generell empfänglicher?

Ich denke mal Jugendliche und ältere Menschen. Ich glaube, das sind mal die Hauptangriffspunkte. Wenn ich mal die Jugendlichen hernehme: Das beginnt schon bei den Kindern. McDonalds macht das schon ganz toll mit den Spielsachen im Happy Meal. Wenn die Kinder das dann in der Werbung sehen…Die wollen nicht hingehen wegen dem Essen, sondern wegen den Spielsachen. Das kann man dem Kind aber erklären, dass das nicht so gesund ist. Unsere jüngste Tochter ist sieben Jahre, die versteht das schon. Bei älteren Menschen glaube ich, die glauben das viel mehr, weil die denken, dass die nicht lügen dürfen in der Werbung.

Die nächste Frage haben Sie im Grunde bereits beantwortet: Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Sehr stark. Da bin ich überzeugt davon. Ich denke, das sollte etwas eingebremst werden. Es hat jeder Mensch selbst in der Hand. Die Verantwortung liegt da sehr stark bei den Erziehungsberechtigten.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Das kann ich schon. Meine ersten Ansprechpartner sind Freunde und Familie. Die Nachbarn eigentlich weniger. Das ist bei mir eine Prinzipsache. Sie würden aber helfen, das denke ich schon. Ich verstehe mich schon mit denen. Ich habe zB auch einem Nachbarn bei der Montage eines Küchenkastens geholfen. Mit dem verstehe ich mich sehr gut.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Fünf- bis zehnmal im Jahr.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Ich bin der Meinung, dass die Menschen schauen „was bist du, was machst du, was kannst du, was verdienst du“.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Nein, das glaube ich nicht. Ich bilde mir ein, das war eigentlich immer schon so. Das war den Menschen immer schon wichtig.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich denke, das ist eher eine durchgehende Unzufriedenheit. Ich glaube hauptsächlich unzufrieden, wegen der hohen Steuerbelastung, die hier in Österreich gegeben ist. Vom Gefühl her würde ich das sagen.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich bin mit meiner persönlichen Situation… zufrieden.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Da bin ich zu sehr Realist. Ich fühle mich wohl in der Situation und bin da kein großer Träumer von Luftschlössern und solchen Dingen.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

In meinem unmittelbaren Bekanntenkreis eigentlich…. nicht. Nein, da ist mir niemand bekannt.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Ich bin der Typ, der sagt: die Basisfunktion reicht mir. Da bin ich wirklich eher einfach und unkompliziert. Da denke ich, das Handy… da habe ich so viele Möglichkeiten, aber ich habe es, um zu telefonieren. Oder beim Fernseher eigentlich auch.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Oh ja, eigentlich im Sommer war das, da waren wir in Stockholm. Da habe ich versucht ein Ticket zu kaufen, um die Schwester meiner Frau aus Schweden für eine Woche nach Wien einzuladen. Das war sehr kompliziert, bis wir die Tickets wirklich hatten. Das hat schon begonnen mit der Kreditkartenfirma, da wollten wir die Tickets buchen über KLM. Da hat die Karte nicht funktioniert und ich musste mir einen Code besorgen. Gegenüber der Fluglinie KLM habe ich mich beschwert.

Wie reagierte man auf Ihre Beschwerde? Wurde eine Lösung gefunden?

Es wurde schon eine Lösung gefunden. Mein Schwager hat mich da unterstützt. Der wohnt in Stockholm und ist gebürtiger Schwede, der hat mich da großzügig unterstützt. Die Lösung war nicht befriedigend. Denen fehlt es an Flexibilität. Wir wollten, dass ihre zwei Schwestern – weil es spontan war – mit uns fliegen. Ticketpreise waren pro Person bei 450 Euro. Ich habe bezahlt… die sind aber nicht vom Preis runtergegangen. Wir sind mit Austrian zurück geflogen. Die Maschine war maximal zu 50% ausgelastet. Die waren nicht fähig, drei Tage vor Abflug das Kontingent besser auszunutzen. Die waren nicht flexibel genug, die Preise zu senken.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

Problematisch sehe ich, dass es immer wieder in der Werbung möglich ist, speziell bei Lebensmitteln, Lügen zu verbreiten. Das ärgert mich schon. Es sollte den Unternehmern nicht gestattet sein, solche Dummheiten zu behaupten. Da sollte der Konsumentenschutz viel härter durchgreifen.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	2
Nachbarn	3
Verkehrsanbindung	2
Lärm	3

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Elf Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein, ich denke, das ist so in Ordnung. Ich denke, das ist ganz gut aufgeteilt, das ist ok so. Wir fahren zwar für unseren Großeinkauf etwas weiter, aber das ist in Kauf zu nehmen. Die Versorgung ist in jeglicher Hinsicht gewährleistet, kann man sagen.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Also aus Sicht des Konsumenten… ich glaube, der Schutz des Konsumenten hat sich verbessert. Allerdings… die Gesetzgebung liegt ein bissl im Argen und lässt zu wünschen übrig. Wenn man die Bananen und die Krümmung der Gurken nimmt, das ist lächerlich. Oder die genauen Bezeichnungen von Marmeladen und Konfitüren… das ist auch nicht wirklich wichtig. Man sollte sich hier seitens der Politik auf essenziellere Dinge konzentrieren, wie beispielsweise die Armutsbekämpfung in Europa. Oder Maßnahmen treffen, die der Korruption entgegenwirken.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Ich glaube, wenn wir nicht der EU beigetreten wären, dann würden wir wirtschaftlich wesentlich schlechter dastehen. Vorteile sehe ich in wirtschaftlichen Punkten. Ein großes und vereintes Europa. Das halte ich für sinnvoll. Was mir absolut nicht gefällt an der EU ist das Unglaubliche an den Spitzenpolitikern, die einfach keine Entscheidung treffen. Da spiele ich auf die Griechenlandsituation an, das ist die ärgste Frechheit. Die hätte man schon viel früher aus der Eurozone rausnehmen sollen.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Die EU hat auf alle Fälle Zukunft. Der Wirtschaftsraum, das Vereinte. Ob der Währungsraum Zukunft hat, das bezweifle ich. Aber wer weiß schon genau, was da noch auf uns zukommen wird.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Prinzipiell gut finde ich die Überlegung. Der entscheidende Nachteil ist, dass die Politiker unfähig sind, Entscheidungen zu treffen. Man hätte schon vor drei Jahren Griechenland rauswerfen müssen. Da finde ich ärgerlich, dass alle Euroländer darunter leiden.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Überhaupt keine Probleme, da komme ich sehr gut zurecht. Die Ein- und Zwei-Cent Stücke, finde ich ein bissl übertrieben. Die hätte man sich sparen können.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Gelegentlich rechne ich noch um. Da geht es manchmal um ganz banale Dinge, gar nicht so um riesengroße. Da versuche ich nachzudenken, was es vorher gekostet hat und jetzt kostet. Die Beträge der Waren und Dienstleistungen sind sehr niedrig. Ich denke da an die typischen 9,90 Preise. Da denkt sich jeder, das ist eigentlich nichts. Nehmen wir wieder als Beispiel die Kinderfilme. Ich hätte früher nie um 140 Schilling eine DVD gekauft. Ich denke aber bei 9,90: der Betrag ist nicht so schlimm. Es kommt aber immer weniger oft vor.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben <u>teurer</u> geworden ist?

Ja, das hat sich auf alle Fälle verteuert.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Im alltäglichen Leben. Die Lebensmittel sind teurer geworden. Wenn wir zu Mittag ins Gasthaus gehen, um ein Menü zu gehen. Das hat früher 50 Schilling gekostet, heute kriegst du aber keines mehr unter 5 Euro. Da sind die Sprünge schon sehr groß. Oder bei den Grundnahrungsmitteln, bei Milch und Brot usw. Wenn ich an Milch und Brot denke… da kostet ein halbes Kilo Brot 2 Euro und 60 Cent. Früher habe ich ein Kilo Brot um 15 Schilling gekauft. Also ich denke, das hat sich schon sehr verteuert.

Glauben Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das eher andere Gründe?

Nein, ich glaube nicht, dass der Euro daran schuld ist, sondern die Wirtschaft und die Unternehmen selbst. Die Wirtschaft und die Unternehmen haben das ausgenützt und die Preise erhöht.

Gibt es etwas, das <u>billiger</u> geworden ist?

Ja, da denke ich speziell an elektronische Geräte. So Soundanlagen und Flachbildfernseher, die sind sicher um einiges günstiger geworden.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Ich denke, das beginnt schon einmal in jedem Haushalt mit der Mülltrennung und Müllvermeidung. Weniger mit dem Auto zu fahren. Sonst habe ich keine Ideen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja, schon.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Da würde ich auch da beginnen, nämlich… ich lege schon Wert auf Ökostrom und will keinen Atomstrom. Ich versuche auch sehr gezielt einkaufen zu gehen, um unnötige Abfälle zu vermeiden. Man liest und hört in den Medien, dass Dinge weggeworfen werden, das passiert bei uns nicht. Wenn ich Müll vermeiden kann, dann tue ich das auch. Ich versuche, Dinge im Regal stehen zu lassen, die in Plastik verpackt sind. Speziell bei Obst und Gemüse.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Das Thema trifft bei mir nicht unbedingt zu, weil ich einen Firmenwagen habe, aber ich versuche das schon vernünftig zu planen, also die Fahrten, die ich machen muss.

Und wie sieht das bei Fernreisen aus?

Die Frage stellt sich nicht so, weil: so viele Fernreisen machen wir nicht. Einen Flug nach Stockholm kann man nicht unbedingt als Fernreise bezeichnen. Allgemein verzichte ich da schon drauf. Aufgrund der Belastung und ich brauche es nicht so unbedingt.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

In meiner Situation… schwierig. Ich könnte mir schon vorstellen, später mal darauf zu verzichten.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Ich komme leider zeitmäßig nicht dazu. Ich will wieder verstärkt Sport machen. Rad fahren und Laufen vor allem.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ja, da konnte ich nichts Negatives beobachten. Bei uns in der Gegend sind die Menschen sehr diszipliniert was das betrifft. Bei uns merkt man das nämlich sehr schnell. Die Menschen bei uns sind da sehr aufmerksam und passen da sehr gut auf darauf.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 25

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	63
Geschlecht	W
Beruf	Institutssekretärin an der WU Wien (Pension)
Haushaltsgröße	2
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Mehr als € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	AHS, BHS mit Matura

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ja gut. Ich gehe gerne einkaufen. Jetzt wo ich in Pension bin, habe ich ausreichend Zeit dafür und kann mir Zeit nehmen, ganz ohne Stress und ohne Hektik. Das soll aber nicht heißen, dass ich beim Einkaufen gerne unnötig herumtrödle, das sicher nicht. Ich kann schon auch sehr ungeduldig werden.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Was ich alles zu erledigen habe, was alles einzukaufen ist. Die wichtigsten Sachen… wenn etwas ausgeht gibt es Listen, ansonsten wird das spontan erledigt. Der Haupteinkäufer für Lebensmittel ist eigentlich der Gatte. Wenn ihm fad wird, habe ich das Gefühl, dann geht er einkaufen (lacht).

Wie oft wird bei Ihnen eingekauft?

Eh mehrmals pro Woche. Es kommt darauf an, wo es günstige Angebote gibt. Entweder beim Hofer, Merkur, Lidl, Spar. Beim Interspar gehe ich meistens mit, den habe ich recht gern.

Wenn Sie beim Einkaufen mit gehen: Was ist dabei <u>angenehm</u> für Sie und was empfinden Sie als <u>störend</u> und <u>lästig</u>?

Hauptsächlich ist es angenehm, aber wenn es zu lange dauert und wenn zu viel herum „gegrabbelt“ wird *(Übersetzung: „wenn alles angegriffen wird“)*, oder das Einkaufswagerl eh schon längst voll ist, dann denke ich mir „aus, fertig“. Oder wenn zu viele Leute unterwegs sind, das nervt. Wenn man eine Frage hat und keine Verkäufer findet. Und wenn man dann doch einen findet, dann heißt es „das gibt’s gerade nicht“. Da macht es dann weniger Freude. Oder wenn alles schlampig ist und die leeren Schachteln herumstehen und nicht weggeräumt werden. Es ist immer schön, wenn man ein

abwechslungsreiches Angebot hat und nicht nur den Einheitsbrei. Ein bisschen stöbern und schauen, was es Neues gibt am Markt, das ist ein schöner Zeitvertreib.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Ja, eh zufrieden. Wenn ich was „Außertürliches“ will, kann man zu speziellen Märkten gehen und nicht nur zu den üblichen Supermärkten.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Weder noch, das passt eh. Es kommt natürlich auf den Supermarkt an. Man geht in den Supermarkt, wenn man etwas Bestimmtes sucht. Ausgefallene Sachen sucht man in größeren Märkten. Man pickt sich die Sachen heraus, die man braucht, den Rest lässt man einfach links liegen.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Bei den Milchprodukten, bei den Joghurts, da gibt’s – Hausnummer 95 – verschiedene Molkereien, das ist schon mühsam. Jeder schwört halt auf eine bestimmte Marke, da kann dann eben jeder sein Lieblingsprodukt auswählen. Mehr Auswahl… da fällt mir nichts Spezielles ein.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Naja… das ist eh nach Gebieten sortiert. Man muss halt schauen wo was ist und fertig. Wenn mir das Angebot nicht passt, dann gehe ich halt in den nächsten Supermarkt. Nachdem wir Zeit haben und nicht nach der Arbeit schnell und hektisch Einkaufen gehen müssen, ist das Wurscht.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ich schaue nie auf die Angaben. Entweder kenne ich das Produkt, weil ich das schon probiert habe… ich gehe eher nach Probieren. Wenn es mir schmeckt, dann nehme ich es wieder.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Klein geschrieben ist es, aber wenn wir zu zweit sind ist es auch kein Problem. Mein Mann ist weitsichtig, ich bin kurzsichtig – wir ergänzen uns da gut (lacht). Wenn ich etwas nicht lesen kann, dann sage ich „schau, was steht da?“, oder ich lasse es einfach stehen.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Keine besonderen Wünsche. Es ist halt von Fall zu Fall verschieden, nicht? Man müsste auf die einzelnen Produkte näher eingehen, aber so generell habe ich da keine Wünsche. Wenn es gravierend ist, kann man ja der Firma eine Mail schicken.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	4
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	1
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Inhaltsstoffe, Zusatzstoffe… das ist mir eher Wurscht.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Teilweise schon. Es kommt auf die Altersgruppe an. Die Jüngeren schauen da mehr darauf. Ich habe schon beobachtet, dass jemand gemeint hat „Ah, Sie haben ja so gute Bioprodukte, da kommen wir wieder einkaufen!“.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das AMA-Gütesiegel. Das Fairtrade. Das Biofisch. Der Spar und der Merkur haben ja auch ein eigenes Bio. Die AMA Gütesiegel, die fallen mir halt auf.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Auf das AMA Gütesiegel schaue ich schon. Auf die Wiener Gärtner beim Gemüse, da schaue ich drauf, ob das von denen ist.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Das ist schon anders. Es kommt auf die Anschaffung an. Bei Bekleidung nimmt man sich mehr Zeit, wenn man sich da was Spezielles aussucht. Bei noch größeren Anschaffungen… das dauert dann sowieso länger, da muss man ja schon fast eine Studie machen, um sich entscheiden zu können (lacht).

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Bei Bekleidung ist es ein Erlebniseinkauf. Da schlendern wir gemütlich durch die Geschäfte und freuen uns, wenn uns etwas ins Auge sticht. Bei größeren Anschaffungen wird sondiert was man braucht und wie sich das ausgeht und was es alles können muss. Da gibt es einen Kriterienkatalog und nach dem geht man dann vor. Da sondiert man mal den Markt und dann überlegt man (lacht). Auch bei elektronischen Produkten gehe ich gerne stöbern, wenn irgendwas anfällt. Wenn ich vorbeikomme und etwas brauche, dann schaue ich mich schon um, was es Neues gibt. Einfach nur reingehen und „Zack Zack“ etwas kaufen, das mache ich nicht. Manchmal geht man halt auch nur eine Runde und schaut sich um. Mein Mann wahrscheinlich öfter als ich, aber das gesteht er ja nicht. Wenn dann etwas Interessantes dabei ist, kann man da zugreifen. Da nehme ich mir Zeit zum Stöbern. Gezielt nur reingehen und zack was kaufen, ist eher selten. Oder wenn man in den Zeitungen die ins Haus flatternden Angebote sieht, da geht man dann hin, schaut und überlegt. Bei größeren Sachen muss man den Mann überreden, dass man das braucht und das Andere wieder weg gibt.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	1
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	1
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	1
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	1

Wichtige Anmerkungen: Bei den elektronischen Produkten ist das alles sehr wichtig.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Was haben wir als letztes gekauft? Ein Dampfbügeleisen. Das ist erst ein paar Wochen her.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

In Prospekten, im Internet. Im Media Markt und im Endeffekt habe ich die Konsumententests gelesen im Internet. Da haben wir ungefähr gewusst, was wir wollen. Dann sind wir nach Parndorf gefahren und haben das letzte Stück ergattert.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja. Im Internet und beim Händler auch.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Das alte Bügeleisen ist kaputt geworden. Da haben wir gesagt: „Die Reparatur kostet mehr, als die Anschaffung eines neuen Bügeleisens“. Aufschrauben kann man es ja nicht, weil man das Werkzeug nicht hat und dann haben wir gesagt: „Ok, da muss wohl ein Neues her!“.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt <u>schenken</u> zu lassen?

Nein, da gibt es niemanden mehr, der mir was schenkt (lacht).

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Die Marke und was es kann. Wir wollten Qualität und haben uns für die Marke Tefal entschieden.

Als Sie sich das Produkt zum <u>ersten mal gewünscht</u> haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich <u>erstmals</u> darüber <u>informiert</u> haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Höchstens eine Woche. Das war dann sehr spontan und sehr schnell, weil ein Bügeleisen braucht man ja.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt <u>tatsächlich gekauft</u> haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Maximal vierzehn Tage. Das ist dann sehr schnell gegangen.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes?

Nein. Ausgepackt und losgebügelt.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja, die schaue ich mir immer an.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Nein, das war jetzt nicht so schwierig…. einfach schauen, wo man das Wasser einfüllt und wie man das Gerät einschaltet, das war nicht so dramatisch. Da kann man bei einer Anleitung eigentlich gar nicht so viel falsch machen, denke ich mir.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Nein, eigentlich nicht.

Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden? (fehlende Datensicherheit, mangelhafte Rechtsdurchsetzung, technische Barrieren,…)

Es ist irgendwie… ich weiß nicht. Zum Beispiel bei dem eBay wollte ich mal eine Uhr kaufen, aber die wäre in Hamburg gewesen und da musste man vorher das Geld schicken und wer weiß ob man dann die Ware kriegt. Man kennt sich halt nicht aus. Ich habe da irgendwie ein ungutes Gefühl.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Von zu Hause bestellen ist praktisch, man braucht halt nicht herumgehen, du kannst dir in Ruhe was aussuchen. Aber fotografisch schaut alles gut aus, es muss dann aber nicht so sein. Bei den Hotels ist es ja auch so, die schauen auf den Fotos immer besser aus, als in der Wirklichkeit. Das lässt sich fotografisch alles auf Vordermann bringen. Das Ganze kann auch zu unsicher sein bei dem ganzen Bezahlen. Da gibt es ja diesen Code, wo man bezahlen muss. In dem Moment, wo die auf mein Konto zugreifen,… das habe ich dann nicht so gern. Durch das Internet kann ich das Konto zwar leichter kontrollieren, aber trotzdem. Wenn das Geld weg ist, dann ist es halt mühsam, das zurückzufordern. Im Geschäft sehe ich halt, was ich kaufe.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Manches hat halt einen schnellen Verschleiß und manches hält länger. Es spricht sich ja dann eh herum, wenn man sagt „die oder die Marke ist ein Klumpert“. Das sind halt die Erfahrungen und die

Mund-zu-Mund-Propaganda (lacht). Allgemein kann man da keine Behauptung aufstellen, das ist ein individuelles Empfinden.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Im Großen und Ganzen passt es eh. Wenn man Glück hat, dann ist die Lebensdauer eh lang und hin und wieder will man ja eh was Neues haben, insofern man das nötige Kleingeld hat. Man sucht sich eh das aus, was eine längere Lebensdauer verspricht. Wenn man das von vornherein weiß, ist das ganz angenehm. Zum Beispiel bei Miele Produkten.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	3
Bekleidung	1	2
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	3	5
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	15	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	15
Computer	1	8
Mobiltelefone	1	2
Pkw	10	10

Wichtige Anmerkungen: Meine Schuhe dürfen wir da nicht rechnen, denn die habe ich sogar bis zu zehn Jahre (lacht). Es kommt auf die Qualität an… wenn ich billige Schuhe kaufe, dann genügt es mir für eine Saison. Bekleidung ist ja immer saisonabhängig. Gerade die jungen Frauen geben die Bekleidung nach einer Saison wieder weg, weil sich der Trend wieder geändert hat. Die Handys sind ja sehr schnelllebig und schnell überholt. Wenn ich davon ausgehe, bis wieder ein neues am Markt ist, dann ist das ein halbes Jahr. Oder sagen wir ein Jahr.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mein Geschirrspüler ist immer noch intakt. Mindestens 18 Jahre ist der schon alt, den hatten wir schon in unserer vorigen Küche. Ein Miele-Produkt ist das. Mit der Montag Küche war ich sehr unzufrieden, die hat nie wirklich gepasst, weil sie teilweise schnell kaputt gegangen ist. Mit der Marke der Küche war ich unzufrieden, kann man sagen.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Das ist schon notwendig. Wenn du irgendwas findest, dass dir sympathisch ist und es nur an einer Kleinigkeit scheitert, dass du es weiter verwenden kannst…. So war es zB bei unserer Gegensprechanlage. Nur wenn das Display nicht funktioniert und nicht mehr zu reparieren ist, muss man sich gleich ein neues Gerät kaufen. Mit dem Neuen hat man unter Umständen weniger eine Freude als mit dem Alten.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Es geht eher in Richtung „wegwerfen“. Es wird vielleicht später mal umgedacht, aber momentan sieht es nicht danach aus. Reparieren ist irrsinnig teuer. Allein wenn man fragt, wie viel die Reparatur kostet, zahlt man schon Länge mal Breite.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass die Händler und Betriebe nicht einfach machen können, was sie wollen. Dass man das Produkt bekommt, was man auch gekauft hat. Dass man nicht beschummelt wird, sozusagen.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Da gibt es ja einen Konsumentenverband der Konsumentenschützer. An die Arbeiterkammer oder an die Wirtschaftskammer. Oder an die Innungen… zum Beispiel.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Es wäre mir nie so aufgefallen, dass ich den jetzt gebraucht hätte. Sie tun halt jetzt sehr viel für die älteren Leute. Das wird mir auch bald zugutekommen.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	2
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	2
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	2
Wohnung und Grundstücke	2
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Haustürgeschäfte mache ich eher weniger, aber klar ist es wichtig.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Nein. Die Zeitung „Der Konsument“ hatten wir im Büro aufliegen. Die habe ich manchmal gelesen, weil die dort gelegen ist.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Naja… nicht so ganz. Wenn ich irgendwas brauche, dann kann man sich ja erkundigen. Ich würde mich informieren und wehren, wenn ich ungerecht behandelt werde.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ich weiß nicht. Erst in den Oberstufen bitte, den Volksschülern braucht man das nicht erklären, das ist nicht unbedingt erforderlich. Weil die das überall anwenden und nicht gezielt. Die würden das ausnützen. Wenn man den Kindern diesbezüglich was beibringt, ist das sicher mühsam.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Wir lesen das immer und schauen uns die Prospekte an. Ich habe es am liebsten in der Hand, sodass ich es durchschauen kann. Wenn Spots gut sind, dann kann es lustig sein. Im österreichischen Fernsehen hat man während dem Film eh keine Unterbrechung. Bei den Privatsendern ist die Werbeunterbrechung nervig. Man sollte es gezielt machen, dann ist nichts dagegen einzuwenden. Plakate stören nicht. Wenn‘s um Kultur geht, ist es sicher interessant, weil da wird man informiert. Da denkt man sich „ah, da habe ich ein Plakat gesehen, das schaue ich mir näher an!“. Ich verstehe die Werbung eigentlich nur so, dass man weiß, dass es das Produkt gibt, wenn es eingeführt wird.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja… sicher. Wenn ein neues Produkt vorgestellt wird, dann geht man sicher und probiert das vielleicht einmal aus. Die Neugierde steckt in den Menschen drinnen und das wird von der Werbung auch ausgenutzt. Da gibt es Experten, die genau wissen, wie Sie ihre Zielgruppen ansprechen müssen.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Ich kann mir vorstellen, dass viele dieses Actimel ausprobiert haben, ob das die Wirkung hat. Oder sie kaufen es extra nicht, weil die Werbung nervt und keiner die Verdauungsprobleme von der Frau Karlich interessant findet. Meine Freundin hat nichts mehr bei Benetton gekauft, weil da diese Werbung mit den Nonnen war. Der Humanic Spot ist mir so auf die Nerven gegangen, dass ich mir dort nie wieder Schuhe gekauft habe (lacht). Werbung kann auch ordentlich in die Hose gehen.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Generell kann man schwer sagen, wer sich da leichter beeinflussen lässt. Das glaube ich eigentlich nicht. Das kommt immer auf den Spot und auf die Menschen an. Da springt der Akademiker genauso drauf an wie ein anderer. Kommt auf die Intelligenz des Spots an. Wenn ein Spot ansprechend ist und die richtigen Leute anspricht. Wenn er Sehnsüchte weckt. Da gibt es immer was mit kleinen Kindern und Tieren, das spricht einen immer an. Zum Beispiel bei Kittekat, wenn die kleinen Katzerln kommen und alles lieb und niedlich ist. Das weckt Emotionen und bleibt einem in lebhafter Erinnerung. Oft wird ganz da ganz gezielt provoziert, damit die Leute darüber sprechen.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Ja, sicher, wenn die das sehen und dann die Mama nerven, dass sie das haben wollen. Das kann ich mir schon vorstellen. Die haben da einen Markendruck von der Schule. Der eine hat das und dann wollen das die anderen auch, um dazu zu gehören. Ich glaube, dass da jetzt nicht so die Werbung schuld ist. Die holen sich die Ideale eher aus den Printmedien oder so. Da geht’s dann los. Man sollte die Kinder nicht zu Konsumenten erziehen, die alles haben müssen. Da sollte die Individualität gefördert werden und nicht die Massentauglichkeit. Die ganze Werbeindustrie und die Wirtschaft sollten da ansetzen, aber auch die Eltern. Da geht die Individualität sonst verloren und man hat nur noch den Einheitsbrei.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja. In erster Linie an die Freunde. Familie und Nachbarn sicher auch, wenn etwas Spezielles ist. Wenn ich nicht gehen könnte oder so. Die könnte ich sicher bitten, dass sie mir helfen.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Hilfe von Freunden… ja das schon öfters. Ein paar Mal pro Jahr sicher. An die Nachbarn eher weniger.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Das ist schwierig. Wahrscheinlich was der andere hat, oder so. Das ist eh meistens so. Der hat das und der hat das… Die sogenannte Neidgesellschaft. Es ist, glaube ich, aber pro Altersgruppe verschieden. Die 30 bis 40jährigen, da ist das noch nicht so extrem. Die Älteren schauen mehr auf materielle Dinge. Die heranreifende Generation, die sind da mehr auf Umwelt, Freiheit und Natur bedacht. Teilweise … das kommt, glaube ich, auf die Bildungsschicht an. Auf die Herkunft kommt das auch an. Die Ausländer sind da mehr auf der materialistischen Seite. Denen ist wichtig was sie für ein Auto haben und die Marke der Bekleidung. Das ist dann ein Ausdruck der Ideologie, oder wie man das nennen soll. Bestimmte Bekleidung kann auch als Ausdruck des Protests getragen werden.

Glauben Sie hat sich da sonst noch etwas im Vergleich zu früher geändert?

Die Kinder sind in Kindergärten untergebracht und die Eltern nehmen sich nicht mehr so viel Zeit für die Kinder, um ihnen die Werte beizubringen. Durch den Generationenwechsel geht einiges verloren. Hilfsbereitschaft wird nicht mehr so als selbstverständlich erachtet. So im Allgemeinen halt.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Ich glaube, denen geht nichts ab. Die sind zufrieden mit dem was sie haben. Träume hat man immer, aber…

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Nein, mir geht nichts ab. Jetzt nicht mehr. Mit dem Alter wird man bodenständiger. Ab einem gewissen Alter ist einem das dann Wurscht, ob man dies oder das hat oder nicht.

Haben Sie vielleicht irgendwelche Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Träume hat man immer (lacht) irgendwelche. Einen dritten Raum in der Wohnung, aber das kann ich mir nie erfüllen, und das geht nicht mehr.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Eher mich (lacht), aber ich lebe nicht über meine Verhältnisse. Kaufsucht ist ja, wenn du Kredite offen hast und es nichtmehr bezahlen kannst.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Um Gottes Willen, das ist ja alles so kompliziert beim Fernsehen, da ist man schon froh, wenn man ein- und ausschalten kann. Bei der Waschmaschine teilweise, wenn es notwendig ist. Ich suche die Geräte so aus, also bei Haushaltsgeräten… da weiß ich, was sie können müssen und das kaufe ich dann. Da habe ich einen Anforderungskatalog und nach dem kaufe ich das ein. Unkomplizierter ist besser, als zu viele unnützere Funktionen.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Ich werde da immer aktiv, wenn was ist. Wir haben TV und Telefon in einem, da gehen wir dann schon zum Service hin und sagen: „Na hallo, bitte!“. Da werden immer wieder die Fernbedienungen kaputt und so weiter. Ich bin da schon sehr aktiv. Da unten ist der VW Hietzing und da hat jeden Tag die Sirene geheult. Wenn man sich über spezielle Dinge beschwert, das ist ganz interessant. Da gibt es dann meistens einen Gutschein oder so. Manche Unternehmen sind da recht kulant.

Um nochmal auf TV und Fernsehen zurückzukommen: Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde? Wurde eine Lösung gefunden?

Da haben wir einen Herrn vom Service im Auhofcenter, der ist immer bemüht und findet immer eine Lösung.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Fällt mir nichts ein.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	3
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	2
Lärm	5

Wichtige Anmerkungen: Die Autowerkstadt macht Lärm.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Seit 1984. *(Anmerkung: 27 Jahre)*

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein. Außer ich mache einen Lotto 6er. Aber auch aus Bequemlichkeitsgründen nicht.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Die Trafik ist jetzt nicht mehr da,… die haben sie zugesperrt. Hier in Hietzing kriegt man eh alles. Teilweise muss man weiter gehen, aber es ist fast alles in Gehnähe. Ansonsten kann man mit der U-Bahn fahren. Wenn man Gehbehindert wird, dann wird es schwierig, weil man schwer aus der Wohnanlage herauskommt.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Es ist alles teurer geworden, aber das wäre mit dem Schilling genauso gewesen. Durch die EU ist es halt noch schneller gegangen.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Das einzige, das positiv geworden ist, ist dass man ins Ausland fahren kann und nicht immer umrechnen muss. Der Wirtschaftsraum ist gewachsen. Für den Export und so ist es positiv. Da ist halt wieder ein Moloch, in dem viele Beamte sitzen und erhalten werden wollen. Die haben komische Einfälle. Da gibt es Gerede über krumme Gurken und die Glühbirnen und den ganzen Blödsinn.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Die Vereinheitlichung finde ich weniger gut. Die Länder kehren nun vermehrt ihre Individualität heraus. Wenn man den österreichischen Wein nimmt zB, vor fünfzehn Jahren hat den in Europa kaum jemand gekannt. Im Gesamten wird alles über einen Kamm geschoren, dadurch besinnen sich die Länder wieder auf ihre Individualität und Nationalität.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Ich rechne eh immer um, bei größeren Beträgen (lacht). Die Generation, die mit dem Euro aufgewachsen ist, die tut sich da natürlich leichter. Bei größeren Beträgen rechne ich um und denke, „in Schilling hätte ich mir das nie gekauft“. Wahrscheinlich wäre das in Schilling auch schon teurer. Bei gewissen Dingen, die ich haben will, sagt mir mein Mann: „Ja rechne halt mal um wie viel das in Schilling gekostet hätte!“ und dann sage ich mir: „Ja, das muss jetzt nicht wirklich sein“. So in der Art halt (lacht).

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Da muss ich schon genau schauen. Die Scheine – das ist ok, das passt. Aber die Münzen… der Einser und der Zweier, die gehen, aber die kleinen Münzen, da muss man noch genau schauen. Aber schön langsam… ja schön langsam geht das.

Sie haben also das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Ja schon.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Teilweise bei den Lebensmitteln und die Wohnung ist auch teurer geworden. Bekleidung ist schon auch teurer geworden, man hätte sich früher halt nicht so teure Sachen gekauft. Heute denkt man sich „das ist eh günstig“, aber wenn man in Schilling umrechnet….

Sie haben es vorhin kurz angeschnitten: Meinen Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das eher andere Gründe?

Mit dem Schilling wäre das genauso passiert. Es wurde aber teilweise zu Ungunsten der Konsumenten aufgerundet, deswegen liegt es sicher auch am Euro.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Nein, da ist mir nichts aufgefallen.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Strom sparen, Wasser sparen, nicht zu viel Mist produzieren. Versuchen, mit weniger Plastiksackerln auszukommen. Was kann man noch machen? Keine Ahnung. Müll trennen… dass man wiederverwertbare Dinge kauft.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Es kommt darauf an was es ist. Wenn es einen Sinn hat und nicht unbedingt notwendig ist für mich, dann verzichte ich darauf.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Ich verwende keine Plastiksackerl für den Einkauf, sondern habe eine Kunststofftasche mit dabei. Ich kaufe lieber größere Mengen, weil die in Summe weniger Mist verursachen.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Ich fliege nicht gerne, also fallen Fernreisen flach. Ich habe Flugangst (lacht). Beim Auto ist es ein Kriterium, weil es ein Kostenfaktor ist.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Überhaupt nicht mobil zu sein, das ist eigentlich keine angenehme Vorstellung. So lange es geht, ist es schon gut, eines zu besitzen. Auf die Bequemlichkeit will ich nicht verzichten. Ich muss nicht jeden Tag fahren und nicht überall hin. Aber eines zu haben und die Möglichkeit zu haben ist schon verlockend.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Unsere Keramikwerkstadt hat schon Auswirkung auf die Umwelt (lacht), die stinkt nämlich. Lesen halt,… Handarbeiten, Basteln und solche Dinge.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Da gibt es keine Probleme. Wir haben eigene Container, die laufend voll sind. Ich glaube schon, dass die Leute da immer hin gehen und trennen. Also ich nehme schon an, dass das gut funktioniert.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 26

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	66
Geschlecht	M
Beruf	Elektrotechniker (Pension)
Haushaltsgröße	3
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Über € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule mit anschließender Lehre

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Das ist eine Notwendigkeit. Weder negativ noch positiv, das ist halt etwas, das man machen muss. Ich sehe das eher mit gemischten Gefühlen.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Da denke ich daran was ich brauche. Ich selbst gehe selten einkaufen, weil das immer meine Frau erledigt. Sie klappert nacheinander die verschiedenen Märkte ab und kauft die Sachen dort ein, wo es eben gerade am billigsten ist.

Was ist beim Einkauf im Supermarkt angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Die Sucherei ist weniger angenehm, ich finde mich meistens nicht zurecht und weiß nicht, wo ich die jeweiligen Sachen finde. Das ist in jedem Lebensmittelladen so. Als angenehm empfinde ich eigentlich überhaupt nichts. Ich verstehe nicht ganz, wie einem so etwas Spaß machen kann.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Da gibt es nichts zu beanstanden. Keine Beschwerden und Wünsche.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Eher zu groß. Ich brauche nicht von jeder Art hunderte Marken. Ein paar wenige pro Produktart würden mir voll und ganz ausreichen.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Besonders beim Käse, Süßigkeiten und bei Getränken gibt es meiner Meinung nach zu viel Auswahl. Mir fällt nichts ein, wo es für mich zu wenig Auswahl geben würde.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich bin überfordert, weil ich so selten einkaufen gehe und mich immer wieder aufs Neue orientieren muss. Das ist sehr lästig.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Was in Wirklichkeit drinnen ist, lässt sich schwer identifizieren. Sogar bei Bioprodukten kann man nicht genau sehen, was wirklich drinnen ist. Bio kann ja auch Holzspäne bedeuten.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Ja, oft ist mir die Beschriftung zu klein. Die E-Nummern sagen nicht viel aus. Da steht oft E 24, oder E 17, oder was auch immer und man kann sowieso nicht alle auswendig wissen. Das ist für mich sehr intransparent.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Ich würde mir wünschen, dass in Zukunft besser kontrolliert wird, ob das wirklich stimmt, was auf der Packung drauf steht.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	2
Herkunftsland	3
Hersteller/Produzent	2
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	3

*Wichtige Anmerkung*en: Die Verpackungsgrößen werden größer und der Inhalt kleiner und deswegen ist mir der spezifische Preis sehr wichtig. Inhaltsstoffe sind mir zwar sehr wichtig, aber ich nehme mir meistens nicht die Zeit, um mir das alles durchzulesen. Beim Herkunftsland schaue ich eigentlich nur bei Obst und Gemüse darauf, ob es aus Österreich kommt oder nicht. Vom Hersteller leite ich meistens die Qualität des Produktes ab.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich glaube, die Konsumenten schauen eher auf den Preis und weniger auf Gütezeichen und solche Sachen. Nein, ich kann mir nicht vorstellen, dass viel Wert auf so etwas gelegt wird.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Das AMA-Gütezeichen, Fairtrade,… was gibt es denn da noch? Bei Geräten, zB bei Kühlschränken, gibt es diese A+ Pickerl, wo man den Stromverbrauch und die Umweltverträglichkeit usw. ableiten kann.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Das AMA ist mir schon recht wichtig, denn das sagt sicher einiges über Qualität und Kontrolle aus. Fairtrade und was es da sonst noch so gibt, ist mir jetzt nicht so wichtig.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Ja, weil mich das mehr interessiert. Bei technischen Produkten habe ich mehr Ahnung und Überblick, deswegen gehe ich zB lieber in einen Elektrofachhandel statt in einen Supermarkt.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Ersteres. Da brauche ich viel länger, weil ich mir die Produkte genauer ansehe.

Wie sieht das im Vergleich mit Bekleidung aus?

Sehr ähnlich, aber nicht genauso. Schöne Kleidung gibt mir mehr, als irgendein Lebensmittel. Da nehme ich mir mehr Zeit als im Supermarkt. Zwar gehe ich nur sehr selten in Supermärkte, aber noch viel seltener in Bekleidungsgeschäfte. Bei Zweiterem ist es eher kein Zwangseinkauf, da es nicht lebensnotwendig ist. In diverse andere Geschäfte gehe ich nur dann, wenn ich wirklich etwas brauche, aber das kommt nur selten vor.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	3
Preis	1
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	3
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	5

Wichtige Anmerkungen: Preis ist sowieso immer wichtig. Benutzerfreundlichkeit ist natürlich schon wichtig, aber das erfährt man ja erst nach dem Kauf. Garantiedauer wäre schon wichtig, aber die ist ja eh meistens bei den Produkten gleich. Ökologische Aspekte sind sicher wichtig, aber ich schaue beim Kauf zu selten darauf.

2.1 Kaufentscheidung und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Ein Auto. Ein 320 BMW Efficient Dynamic.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Wir haben uns das Auto auf einer Automobilmesse angesehen und mit anderen Marken verglichen, speziell den Benzinverbrauch, aber auch das Aussehen und die Technik. Prospekte haben wir auch viele durchgeblättert und uns im Internet schlau gemacht. So ein Auto kauft man ja nicht jeden Tag, da muss man sich schon genau informieren vorher.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Wir waren bei mindestens fünf Händlern in Wien und haben Preisvergleiche durchgeführt und hinterher haben wir uns noch im Internet informiert, was das Auto im Ausland kosten würde.

Warum haben Sie sich letztendlich dazu entschlossen, das Produkt zu kaufen?

Unser voriges Auto war schon über 15 Jahre alt und hatte immer mehr Macken. Es war an der Zeit ein neues zu kaufen.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Erstens einmal das Aussehen, also das Design. Zweitens der Verbrauch. Das war uns am wichtigsten. Dann haben wir geschaut, wo wir es am günstigsten bekommen.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

(lacht) Nein, niemand würde uns so etwas Teures schenken!

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben, also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche?

In etwa drei Jahre.

Und wie lange hat es gedauert bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben, sprich: die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf?

Sicherlich ein halbes Jahr.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes?

Nein, da gab es eigentlich keine Probleme.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Nein, das nehme ich mir aber schon lange vor (lacht). Wer liest denn schon wirklich Bedienungsanleitungen?

Wann haben sie zuletzt eine Betriebsanleitung gelesen?

Bei unserem letzten TV-Gerät.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Ich bin nicht so wirklich damit zurecht gekommen, aber ich muss gestehen, dass ich mich nicht so ausführlich damit auseinandergesetzt habe. Die Anleitungen schrecken einen ab, da sie so umständlich geschrieben sind. Man sollte weniger unverständliche Fachausdrücke verwenden, mit denen der Laie nicht so viel anfangen kann.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ja. Elektronikprodukte in einem Onlineshop.

Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht und wie häufig nutzen Sie das Internet für Bestellungen?

Erfahrungen habe ich ganz gute gemacht, ich mache das aber sehr selten, wegen der Gefahr des Betruges. Öfter als zwei- bis dreimal im Jahr bestelle ich nicht.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Ja. Ich habe zB ein kostenloses Antivirenprogramm heruntergeladen und dann von einem Softwareanbieter eine Rechnung über 70 Euro bekommen. Es sind wöchentlich Zahlungsaufforderungen gekommen und da habe ich dann bei der Arbeiterkammer angerufen. Die haben gemeint, dass solche Fälle bekannt sind und mir gesagt, was ich denen antworten soll. Da habe ich mich per Mail an diese Firma gewandt und den Sachverhalt reklamiert. Nach ewigem hin und her und Androhung von rechtlichen Schritten haben die mich dann endlich in Ruhe gelassen.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Ein Nachteil ist, dass man das Produkt vorher weder sehen noch anfassen kann. Es gibt viele dubiose Firmen im Internet und deswegen ziehe ich den Fachhandel vor. Leider kann man fast nur mit Kreditkarte bezahlen, denn per Nachnahme ist es meistens viel teurer oder in vielen Fällen gar nicht möglich. Ich möchte nicht, dass Hacker und Betrüger meine Daten missbrauchen könnten.

Von Vorteil ist die Vergleichbarkeit der Preise und oft bekommt man die Produkte übers Internet billiger. Man kann bequem von zu Hause Informationen einholen.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Das kann ich nicht sagen. Da müsste ich erst nachfragen, sonst müsste ich raten. Ich weiß es ehrlich nicht.

Rein vom Gefühl her: Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Die meisten schätzen die Haltbarkeit und die Qualität als zu niedrig ein, würde ich meinen. Die Qualität der Produkte lässt ja immer mehr nach. Die Produkte werden immer billiger hergestellt und

darunter leidet die Qualität. Aus heutiger Sicht sind die meisten Produkte Wegwerfprodukte und dadurch wird die Umwelt irrsinnig belastet.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	2
Bekleidung	10	10
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	20	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	5	10
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	10	20
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	8	12
Computer	10	10
Mobiltelefone	5	5
Pkw	15	20

Wichtige Anmerkungen: Bei Bekleidung kommt es stark auf die Qualität an. Computer halten an und für sich eh zu lange, weil die Technik sich zu schnell weiterentwickelt. Bei anderen Geräten ist das ähnlich, ganz besonders bei Mobiltelefonen. Die Technik ist überholt, obwohl das Produkt noch funktionieren würde.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Zufrieden bin ich mit vielen Produkten gewesen, zB mit meinem Auto. Das war ein Audi A4, der hat 16 Jahre problemlos funktioniert. Oder mein Verstärker der Marke Marantz, mit einer Lebensdauer von stolzen 32 Jahren.

Unzufrieden bin ich eher mit Kleinelektronikgeräten, zB mit einem MP3-Player Marke Philips, der nie richtig funktioniert hat und in kürzester Zeit technisch nicht mehr aktuell war.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ja, alleine schon wegen der hohen Umweltbelastung. Viele Produkte können gar nicht mehr repariert werden, weil der Preis für die Reparatur zu hoch wäre oder die Reparatur nicht möglich ist. Eine Reparatur lohnt sich alleine deshalb schon nicht, weil das Gerät ohnehin schon veraltet ist. Ich werfe nur ungern Dinge weg, die ich irgendwie noch verwenden oder gebrauchen kann. Erst neulich habe ich selbst meinen Rasenmäher repariert.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Die Reparaturfreundlichkeit nimmt immer mehr ab und ist in vielen Fällen gar nicht mehr möglich, speziell bei elektronischen Geräten.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Dass der Konsument geschützt wird und zwar vor übertriebenen Preisen. Ich stelle mir vor, dass es Behörden gibt, die Preiskontrollen durchführen und darauf achten, dass angepriesene Qualitätsmerkmale und Garantieleistungen auch stimmen.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

An den Konsumentenschutz und an die Arbeiterkammer.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Internet und Reisen. Und Lebensmittel natürlich.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	1
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	1
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	1
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	2
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	4

Wichtige Anmerkungen: Haustürgeschäfte mache ich grundsätzlich nicht. Ich vermiete selbst Wohnungen und ich habe für mich unvorteilhafte Begegnungen mit dem Mieterschutz gemacht. Hier wurden ungerechtfertigte Entscheidungen vom Mieterschutz getroffen. Bei Finanzen ist es ganz wichtig, weil Versicherungen Schäden oft nicht zahlen wollen. Das sind richtige Gauner.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Ja, ich habe bei der Arbeiterkammer angerufen.

Wie sind sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ich habe dort angerufen wegen Internetbetruges und wurde freundlich beraten. Ich habe eine Handyrechnung für einen Mehrwertdienst bekommen, den ich niemals beansprucht habe. Die Arbeiterkammer hat mir gesagt, dass bereits ein Verfahren gegen diese Firma anhängig ist. Damit war der Fall erledigt.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Ja, ich weiß zumindest wohin ich mich wenden kann, wenn ich ein Anliegen habe.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ein Kind hat noch zu wenig Bezug zur Materie. Diese Aufgabe müssen die Eltern wahrnehmen. Später dann, wenn sie fast volljährig sind, macht es Sinn ihnen in der Schule etwas darüber beizubringen.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Ich lese nur, was mich interessiert, die anderen Prospekte werfe ich sofort weg. Bei Zeitungen überblättere ich die Werbung und beim Fernsehen geht mir die Werbung auf die Nerven. Es kann nicht sein, dass man vier Werbeblöcke ertragen muss, wenn man sich einen Film anschaut. Dadurch geht jegliche Spannung verloren. Die Plakate lenken beim Autofahren ab, deswegen versuche ich sie zu ignorieren.

Fühlen Sie sich belästigt oder informiert?

Eindeutig belästigt, speziell von der Fernsehwerbung. Informiert fühle ich mich überhaupt nicht, denn wenn ich Informationen benötigen sollte, dann kümmere ich mich selbst darum.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja. Die Menschen sind sehr leicht zu beeinflussen durch ständige Werbung.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Nein, über sowas spreche ich eigentlich nicht mit Kollegen und Bekannten.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Weil die Werbung bei den Menschen Emotionen auslöst und ihnen ein Bedürfnis suggeriert. Eher ungebildete Menschen sind sicher empfänglicher.

Was meinen Sie wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Sehr stark. Kinder sind am meisten gefährdet.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Nein, benötige ich nicht. Ich kann sowieso alles besser als die meisten meiner Bekannten (lacht). Die Leute kommen wenn dann zu mir, wenn sie etwas brauchen oder etwas repariert haben möchten. Ich bin technisch sehr versiert und geschickt. Wenn irgendwas sein sollte, dann könnte ich mich aber an wen wenden. Am ehesten noch an Familienangehörige.

Wie oft machen Sie generell von derartigen Hilfen Gebrauch?

Selten, so gut wie nie.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Die meisten Menschen werden beurteilt nach Besitz, Beruf und Einkommen. Das wäre das Wesentlichste.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Das war seit eh und je so. Schon im Mittelalter ist das nicht anders gewesen.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

In unseren Kreisen, also in Mitteleuropa, leben wir sowieso weit über unsere Verhältnisse und trotzdem sind die Leute vielfach unzufrieden.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich bin zufrieden. Ich habe längst ausgesorgt.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Ich hätte gerne eine neue Wohnung, aber das ist mir zu teuer, denn es ist ja nicht wirklich notwendig.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Da kenne ich sehr viele in meinem Bekanntenkreis.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Die haben in der Mitte des Monats oft schon das Konto weit überzogen, weil sie sich oft Sachen kaufen, die sie sich gar nicht leisten können und eh nicht brauchen. Wieso die das wirklich machen, werden sie einem nicht verraten. Ich schätze mal, die versuchen sich für irgendwas zu kompensieren.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Zu wenig. Ich benutze nur das Wesentliche, also das was ich wirklich brauche.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein, nicht das ich wüsste. Wenn es notwendig gewesen wäre, hätte ich das bestimmt gemacht. Ich lasse mir generell nichts gefallen.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Es gibt zu viele Wegwerfprodukte.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation?

Ich bin zufrieden, ein Tapetenwechsel wäre aber schon sehr nett. Ich wohne einfach schon viel zu lange in meiner Wohnung.

Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	3
Wohnumgebung	4
Nachbarn	3
Verkehrsanbindung	2
Lärm	5

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Zu lange. 31 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen? Weswegen?

Ja, ich will in den nächsten Jahren eine kleinere, ruhigere Wohnung.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Das passt. Besser kann es gar nicht sein.

Sind Sie zum Einkaufen auf Ihr Fahrzeug angewiesen?

Nein, unsere täglichen Einkäufe erledigt meine Frau zu Fuß. Hin und wieder fahren wir wegen Gewand und so weiter mit dem Auto in die Shopping City oder nach Parndorf, aber ansonsten gäbe es auch in unmittelbarer Nähe genügend Einkaufsmöglichkeiten.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Für mich als Konsumenten hat sich nicht so viel geändert. Wir haben eine neue Währung, aber sonst wüsste ich nichts.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Keine Grenzkontrollen mehr und der Wirtschaftsraum ist gewachsen. Global gesehen wird dadurch das wirtschaftliche Potential Europas gestärkt. Die gemeinsame Währung ist für Reisende sehr angenehm und übersichtlicher.

Nachteilig ist, dass auf kleine Regionen viel weniger Rücksicht genommen wird und dass in Brüssel ein riesiger, teurer Verwaltungskomplex entstanden ist. Die Korruption ist nicht mehr kontrollierbar.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Skeptisch, aus genannten Gründen. Weil Staaten mit verschiedenem Wirtschaftswachstum – oder besser gesagt: mit unterschiedlicher Wirtschaftsleistung – in einen Topf geworfen werden und das nicht gut gehen kann. Es stehen noch große Änderungen bevor, aber so genau kann man das momentan nicht abschätzen.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Viele Menschen rechnen immer noch um und haben das Gefühl, dass alles teurer geworden ist. Es wird dabei vergessen, dass der Schilling auch heute weniger wert wäre.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ich komme damit zurecht. Immerhin hatte man bisher mehr als genug Zeit, um sich daran zu gewöhnen.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Ich rechne zeitweise noch um, wenn ich mir beim Preis nicht sicher bin, ob er hoch oder niedrig ist.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Ja, das Gefühl habe ich schon.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Bei Lebensmitteln und in der Gastronomie.

Meinen Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder könnte das andere Gründe haben?

Die Verteuerung ist teilweise auf den Euro zurückzuführen, aber nicht ausschließlich.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Importe aus China und anderen Billiglohnländern.

Welche wären das zum Beispiel?

Angefangen von irgendwelchen Geräten, über Gewand bis hin zu… so Kleinigkeiten halt. Werkzeuge und was man halt sonst noch so braucht.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Weniger unnötige Sachen kaufen. Weniger Plastiksackerl beim Einkauf verwenden. Müll trennen und weniger wegwerfen, sondern je nach Möglichkeit wiederverwenden. Mehr Dinge wiederverwerten. Bewusst mit Energie umgehen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ich wäre schon dazu bereit. Ich würde mir viele Dinge nicht kaufen, aber es ist ja doch ein gewisser gesellschaftlicher Druck vorhanden. Man will ja kein Außenseiter sein. Wenn ein einzelner sein Verhalten ändert, dann ist das eh nur ein Tropfen auf dem heißen Stein. Es ist leider so.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Auf Fernreisen nicht, ich will ja was von der Welt sehen. Beim Autokauf achte ich schon sehr auf den Spritverbrauch. Einerseits, weil die Spritpreise so hoch sind und wegen der Umwelt.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Es ist aus Bequemlichkeitsgründen unverzichtbar und notwendig.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Sport. Ich spiele gerne Tennis und bin gerne in der Natur. Im Sommer gibt es im Garten viel zu tun. Wandern gehe ich auch ganz gerne.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Ernst genommen wird es schon, aber leider nicht optimal durchgeführt. Den Leuten mangelt es an Disziplin und sie sind oft zu bequem oder zu blöd.

Ich bedanke mich für das Interview!

Transkript # 27

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	70
Geschlecht	W
Beruf	Kaufmännische Angestellte (Pension)
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Land
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 1.000 und € 2.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule mit anschließender Lehre

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich fühle mich dabei gut, doch wenn man für eine Person einkaufen geht sind die Waren viel zu groß verpackt. Dadurch wird es dann schwerer, die Sachen zu transportieren. Ohne Auto ist das fast nicht möglich. Das Einkaufen macht mir Spaß, ich mache das gerne, nur das Hinkommen ist das Problem.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Das ist kein Problem für mich, ich schreibe mir immer auf, was ich brauche und natürlich nehme ich mir immer viel zu viel mit, da ich zum Einkaufen nur mit einem Fahrzeug fahren kann und da wird das dann immer viel, viel mehr. Natürlich landet dann wieder viel im Müll, weil das nicht verbraucht wird. Ich schreibe Einkaufslisten nach denen ich einkaufe. Es ist für mich eine Last, weil ich nicht immer einkaufen kann. Ich kann nur dann einkaufen, wenn ich gerade ein Fahrzeug zur Verfügung habe, oder ich muss mit dem Autobus fahren. Das ist so ca. zweimal im Monat. Unter der Woche kaufe ich beim fahrenden Händler ein, was ich so brauche.

Was ist beim Einkaufen angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Dass ich durch die Reihen gehen kann und ein bissl herumschaue. Obwohl ich weiß, dass ich es nicht kaufe, aber ich schaue halt gerne. Da kommt man mal wieder aus dem Dorf heraus und trifft vielleicht Leute, die man schon länger nicht mehr gesehen hat. Es ist eine schöne Abwechslung.

Und was empfinden Sie als störend und lästig?

Die vielen Leute bei der Kassa. Das Ein- und Ausräumen ist nervig. Ich gehe fast immer zu so einer Zeit einkaufen, wenn wenige Leute unterwegs sind. Gleich wenn das Geschäft aufsperrt.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Doch zufrieden. Für meine Bedürfnisse.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Die Auswahl ist viel zu groß. Käse, Wurst,… Viel zu groß. Ich kann mir nicht vorstellen, dass man so viel brauchen kann, das ist auf jeden Fall viel zu viel. Das Angebot ist viel zu groß. Ich glaube, wenn das Käseangebot oder das Wurstangebot kleiner wären, würde genauso viel gekauft werden.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)?

Es ist überall zu viel, egal bei was. Da fallen mir zB die ganzen Konservendosen und Fertiggerichte ein. Ich bin eine bodenständige Frau und mache mir das Essen lieber selber. Ist ja auch gesünder.

Gibt es einen Bereich, wo Sie gerne mehr Auswahl hätten?

Nein, es ist überall mehr als ausreichend.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Ich kann schon den Überblick behalten, denn ich kaufe nur das, was ich brauche, aber trotzdem ist mir das Angebot viel zu viel.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ich schaue immer nur, ob bei den Strichcodes vorne der Neuner dran ist, denn der Neuner ist österreichisch. Und wenn bei Obst Spanien oder so draufsteht, dann lege ich es gleich wieder weg. Mir ist es wichtig, österreichische Qualität zu kaufen.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Nein, also ich könnte mir nicht vorstellen, dass mir was fehlt.

Würden Sie sich bei der Beschriftung etwas für die Zukunft wünschen?

Nein, überhaupt keine Probleme. Manchmal tue ich mir beim Lesen schwer, weil die Schrift so klein ist.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	4
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Glaube ich nicht. Am Land überhaupt nicht. Nein, glaube ich nicht. Da hat mir noch nie jemand was gesagt.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

AMA-Gütezeichen. Keine Ahnung. ARA ist, glaube ich, auch ein Gütezeichen.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Na das AMA, darauf achte ich.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung her, oder anderen größeren Sachen, die über die Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Das mache ich auch gerne, vor allem das Stöbern. Was einem zusagt, wird gekauft. Weil ich bei Bekleidung weniger auf den Preis schaue, sondern eher auf die Qualität und aufs Aussehen. Das ist ein anderes Gefühl.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen? Zum Beispiel beim Gewandkauf.

Ja genau, ein Erlebniseinkauf, das macht Spaß, da nehme ich mir Zeit. Da gehe ich ein bissl shoppen (lacht).

Und wie ist das bei Elektronikprodukten?

Elektronik schiebe ich weg, das will ich nicht. Da bin ich auf meine Kinder angewiesen, da kenne ich mich nicht aus.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln, Körperpflegeprodukten und Medikamenten besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	5
Preis	1
Leistung (technische Daten)	5
Aussehen/Design	1
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	1

Wichtige Anmerkungen: Technische Daten interessieren mich nicht, da bin ich zu primitiv. Entsorgung ist mir schon wichtig, also wo man das entsorgen kann.

2.1 Kaufentscheidung und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.). Worum handelt es sich dabei?

Das war ein Elektrorad. Das habe ich beim Intersport gekauft.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert?

Durch Prospekte, die mir zugeschickt wurden und direkt beim Intersport.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Ja, habe ich auch gemacht. Ich habe es trotzdem im Intersport gekauft, obwohl es im Lagerhaus billiger gewesen wäre, aber der Service war mir sehr wichtig.

Warum wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil ich schon ein bisschen älter bin und das Radfahren nicht so einfach ist, darum habe ich mich entschieden ein Laufrad zu kaufen.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein. Das kam nicht in Frage.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Der Preis und der Service. Und das Aussehen.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist da vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche?

Ein Jahr.

Und wie lange hat es gedauert bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben. Also die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf?

Eine Woche. Das ging dann sehr schnell, bis ich mich entschieden habe.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes?

Nein, nicht sofort, aber nach einem Jahr hat es Probleme gegeben mit dem Akku. Aber die Firma hat das sehr gut gemeistert und war sehr zuvorkommend und hat mich unterstützt.

Und beim Aufstellen des Produktes?

Kein Problem. Da wurde mir geholfen. Von Familienangehörigen. Ein Jahr lang gab es kein Problem.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja. Durchgeblättert und nachgeschaut.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Ja, ich bin damit zurechtgekommen und es gab keine Probleme.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft, zB in einem Onlineshop, in einem Internet-Auktionshaus,…?

Nein, noch nie.

Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden?

Weil ich kein Internet besitze und weil ich das nicht brauche. Ich habe nicht einmal einen Computer. In meinem Alter brauche ich das nicht (lacht).

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Man liest halt immer wieder, dass es da Probleme gibt, aber ich habe noch keine Erfahrungen gemacht, also kann ich mich dazu nicht äußern. Das müssen Sie die jungen Leute fragen, die haben da mehr Ideen dazu.

Was würden Sie sich da so vorstellen? Rein vom Gefühl her?

Positiv ist, dass man alles von zu Hause erledigen kann, dass man nicht raus gehen muss. Man hat eine Zeitersparnis. Ein Nachteil ist, dass man die Sachen vorher nicht richtig angreifen kann, ich habe das nur abgebildet.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Was soll ich da sagen. Das weiß ich jetzt nicht, da stehe ich an... Tut mir leid. Man redet über sowas gar nicht.

Sind die Leute ganz allgemein gesehen eher zufrieden oder unzufrieden, was würden Sie schätzen?

Es passt. Die Leute sind zufrieden denke ich. Ich bin auch zufrieden.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Das kommt ganz darauf an, bei welchen Produkten. Das kommt natürlich auch auf die Qualität an, wenn ich etwas Billiges kaufe, wird das nicht so lange halten wie ein Markenartikel. Bei manchen hast du Probleme, bei anderen funktioniert das wieder klaglos. Bei Qualität ist man eher zufrieden, weil es länger hält, bei billigen Dingen, die schnell kaputt gehen hat man mehr Probleme und ist unzufrieden. So wird das auch bei den Nachbarn sein, denke ich. Was man beim Sprechen halt so mitbekommt.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	2
Bekleidung	2	3
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	5	10
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	2	5
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	5	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	5	10
Computer	5	10
Mobiltelefone	2	5
Pkw	10	15

Wichtige Anmerkungen: Ich kaufe mir ein Paar Schuhe und trage sie, bis sie mir vom Fuß fallen. Dann sind das schon so viele Reparaturen, dass es sich nicht mehr auszahlt. Wegen der Mode werden die Leute ihre Schuhe und Gewänder schnell wieder ersetzen.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren?

Ein Teigrührgerät von Kennwood habe ich schon seit 1981, da bin ich sehr zufrieden damit. Ich hatte auch schon einen Stabmixer, der gleich kaputt ging. Das war ein „Billigsdorferprodukt“ und nichts wert. Die Marke weiß ich nicht mehr.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ja, unbedingt.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Die werden schwerer zu reparieren. Die Reparatur lohnt sich meistens nicht und dann muss man es wegwerfen. Gartenmöbel und Gartengeräte habe ich sehr lange, die werfe ich nicht so schnell weg. Ich habe die meisten meiner Sachen schon lange.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Konsumentenschutz ist, wenn ich wirklich nicht zufrieden bin und mich an eine Stelle wenden kann, die das bearbeitet.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Arbeiterkammer. Sonst fällt mir nichts ein. Eventuell würde ich sagen an die BH *(Anmerkung: Bezirkshauptmannschaft)*. Da würde ich mich bei den Ämtern durchfragen.

In welchen Bereichen ist für Sie Konsumentenschutz ganz besonders wichtig? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Bei der Versicherung, also bei Schadensfällen, wenn was kaputt geht.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich

weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	1
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	5
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	5
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	2
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Reisen waren mir immer sehr wichtig, aber aufgrund meines Alters mache ich keine mehr.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Eigentlich nicht. Da habe ich keine Erfahrungen.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Da habe ich ein gutes Gefühl. Ich werde mich wehren und weiß, wohin ich dann zu gehen habe.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Es kommt darauf an in welchem Alter. Für 15-16jährige ist es schon wichtig, aber für kleine Kinder eher nicht. In der Schule sollte man sich vielmehr darüber auseinandersetzen. Nicht nur über die Rechte, sondern auch über die Pflichten.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Mir können die so viel Werbung vorsetzen wie sie möchten, aber ich würde nie etwas kaufen, nur weil es in der Werbung ist. Ich kaufe was mein Bedarf ist, aber von der Werbung halte ich nichts.

Fühlen Sie sich belästigt oder informiert? Zum Beispiel bei Fernsehwerbung.

Ja, sehr belästigt. Informiert weniger, weil mich das nicht interessiert.

Wie ist das zB mit Prospektwerbung im Briefkasten?

Naja, da sind schon manchmal ganz interessante Angebote drin. Ich blättere es mir durch und haue es dann weg. Manche interessieren mich, andere nicht.

Und Plakate und Werbung in Zeitungen, sind die auch manchmal informativ oder nur lästig?

Einfach nur lästig. Plakate stören mich nicht, die sind da aber für mich unwichtig.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Ja, das denke ich. Daran habe ich keinen Zweifel. Mit der Werbung wird ja viel Geld gemacht. Die Wirtschaft lebt von der Werbung. Man muss ja nicht ständig so tun, als ob sich die Produkte ständig verbessern würden. Ich glaube, es glaubt ja eh keiner mehr daran, dass dieses und jenes Waschmittel noch weißer wäscht, oder dass das besser ist oder so.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Ja, meine junge Nachbarin macht das so. Die kauft nur Dinge ein, wo es verbilligt ist und die sie in der Werbung sieht, egal ob sie es braucht oder nicht. Meine Nachbarin ist so.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Ja, es gibt bestimmt empfänglichere Personen, oder eben Personen, wie mich, die sich da nicht beeinflussen lassen. Weil sich die Leute leicht überreden und beeinflussen lassen. Vielleicht junge eher als ältere. Ältere brauchen nicht mehr so viel, die haben nicht mehr das Bedürfnis, etwas Neues kennen zu lernen und sind eher vorsichtiger dann. Allgemein kann ich aber nicht genau sagen, wer sich leichter beeinflussen lässt, das ist von Person zu Person unterschiedlich.

Was meinen Sie wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Stark. Sehr stark.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Familie, Freunde oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja, kann ich. Gott sei Dank! Da kann ich mich auf die Nachbarn verlassen. Auf die Nachbarn mehr als auf den eigenen Sohn.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch und an wen wenden Sie sich da?

Naja, so zweimal im Monat. Wenn ich mal Hilfe brauche oder was vergessen habe, dann kann ich mich verlassen auf die Nachbarn. Meine Freunde sind allesamt in der Nachbarschaft. Familie weniger, weil die Kinder ja in Wien sind. Man wird nie gefragt „wie geht es dir und brauchst du was“, oder „ich fahre jetzt einkaufen, soll ich dir was mitnehmen“, da muss man sich immer selber rühren. Jeder denkt nur an sich selbst und denkt nicht daran, dass der Nachbar in Not sein könnte. Das ist meine Meinung. Am Land sind sie sicher mehr hilfsbereit als in der Stadt.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, spricht: worauf legt man besonders viel Wert?

Erstens einmal muss ich sagen: Sympathie, Hilfsbereitschaft, dass man sich gut versteht. Freundlichkeit, oder irgendwie ein paar nette Worte. Oder einfach ein bissl nett plaudern. Ich glaube, darauf legt man sehr viel Wert. Also ich zumindest. Wie man miteinander umgeht und wie man sich anderen gegenüber verhält, oder was man sagt.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Da hat sich sehr viel geändert. Die Leute sind heute viel verschlossener. Früher war man viel mehr beisammen oder hat Gespräche gesucht, heute ist das nur mehr ganz selten so, finde ich. Ich glaube, das ist schon ein wenig eine Neidgesellschaft. Was ich mir leisten kann und was nicht. Das ist heute stärker als früher.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Nein, denen geht nichts ab. Der Großteil ist schon zufrieden. Die strecken sich nach der Decke.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich bin zufrieden, mir fehlt nichts. In meinem Alter wird man genügsamer.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Habe ich nicht mehr, nicht mit 70. Was ich mit 70 nicht habe, brauche ich auch nicht mehr (lacht).

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Teure Hobbys und Glücksspiele weniger, aber ich kenne eine jüngere Person unter 50, da wird nur eingekauft.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Na da wird immer gejammert, dass man zu wenig verdient und es sich nicht ausgeht, aber trotzdem wird immer da und dort gekauft, nur weil irgendwo was billiger ist. Das kostet nur drei Euro und das kostet nur fünf Euro… Das muss sie dann haben, ob sie es braucht oder nicht. Es wird viel mehr eingekauft was nicht zum Leben wichtig ist, sondern Prestigezeichen. „Ich kann mir das leisten“, so auf die Art.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Nein, nutze ich nicht. Eher auf die Standardsachen, was für mich wichtig ist. Ich brauche keinen Firlefanz. Beim Fernseher nur die normalen Programme, aber keine Zusatzfunktionen, das brauche ich nicht. Ich habe es lieber einfach und unkompliziert.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein, habe ich nicht, dazu gab es keinen Anlass. Das muss schon so lange her sein. Ich beschwere mich höchstens über die Preise. Die hohen Preise bei so kleinen Leistungen, die sind viel zu hoch. Das ist meine Meinung.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“? Etwas, das Sie persönlich stört.

Vielleicht die schleichenden Preissteigerungen, aber sonst wüsste ich nichts.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	1
Verkehrsanbindung	1
Lärm	4

Wichtige Anmerkungen: Wenn wir keinen Autobus hätten, wären wir aufgeschmissen. Der Straßenlärm ist sehr laut, da ich an einer Hauptverkehrsstraße wohne.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

16 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein (lacht)

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Nein, das passt eh, die mobilen Kaufleute kommen eh regelmäßig, das ist gut so. Freilich wäre es schön, wenn es im Ort noch einen Bäcker, einen Greißler oder eine Molkerei geben würde, aber die haben ja schon längst alle zugesperrt. Heute gibt es nur noch Supermärkte. Im Ort hätte ich gerne einen Greißler und Lebensmittelgeschäfte. In der Stadt passt alles. Das große Problem ist halt wie gesagt, dass ich kein eigenes Fahrzeug besitze.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Sehr viel. Die Preise. Dass alles teurer geworden ist. Der Euro als neue Währung. Sonst fällt mir nichts ein.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Vorteile fallen mir keine ein. Negativ ist eigentlich, dass unsere Regierung alles befolgt, was in Brüssel beschlossen wird und dass wir kein eigenes Land mehr sind. Dass alles teurer geworden ist, das hängt sicher auch mit der EU zusammen. Und das Ausländerproblem. Wir haben nun mehr Ausländer durch die Grenzöffnung. Die Nachteile sind, dass wir für Nichtstuer zahlen müssen und dass unsere Gelder wegfließen.

Wen meinen Sie mit Nichtstuer?

Die Regierung in Brüssel und Griechenland und die nächsten Länder, die alle kommen und unterstützt werden wollen.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Nachdenklich. Eher skeptisch. Ich denke, der Euro hat eher keine Zukunft. Ich vermute, dass in ein paar Jahren die EU weg ist und wir eine Geldentwertung haben.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Allgemein eher schlecht. Mir war der alte Schilling viel lieber. Man gibt ihn leichter aus, den Euro. Früher dachte ich mir, das hat 13 Schilling gekostet, aber heute sage ich, dass ist eh nur ein Euro. Ich akzeptiere ihn, aber der Schilling wäre mir schon noch lieber.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ich komme zurecht aber ich rechne immer noch um. Vor allem bei größeren Sachen, da überlege ich mir immer, was das in Schilling wert ist. Wenn ich den ganzen Einkauf rechne und ich zahle 50 Euro, dann sind das 700 Schilling. Früher habe ich um 700 Schilling mehr eingekauft und jetzt hat man nicht viel im Korb.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Im Supermarkt eigentlich nicht. Wenn ich eine Zahnpasta brauche, dann rechne ich nicht um. Ich brauche die halt. Auch bei Sachen, die ich nicht alltäglich einkaufe und es für mich ein Luxus ist, da bin ich schon geschockt.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Viel teurer. Das merkt man schon.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Nahrungsmittel. Bei Grundnahrungsmitteln ganz massiv. Und auch bei allem, ganz egal was anfällt. Ob das jetzt Geräte sind, oder Reparaturen, ganz egal. Alles was man täglich so braucht.

Glauben Sie, dass die Verteuerung insbesondere auf den Euro zurückzuführen ist, oder hat das andere Gründe?

Das kann ich nicht beurteilen, das weiß ich nicht. Sicher nicht alles am Euro, es wird die ganze Wirtschaftslage damit zusammenhängen. Ich denke, es wird gesteuert von Brüssel direkt aus.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Nein, da fällt mir jetzt nichts ein.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Man könnte weniger Gift am Feld verstreuen. Auf kurzen Strecken nicht mit dem Auto fahren. Mehr selbst anbauen, so wie es am Land der Fall ist und auf gesunde Ernährung achten. Gezielt trennen, die ganzen Sachen, den Müll. Beim Heizen sparen. Mehr fällt mir nicht ein.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ich kann mir nicht vorstellen, was ich da ändern könnte. Ich baue mir mein Gemüse großteils selber an und ich habe auch eine umweltfreundliche Heizung. Aber wenn ich etwas brauche, dann muss ich

das kaufen. Ich schaue schon auf die Umwelt. Es ist nicht so, dass ich Plastik verheizen würde, oder so. Oft sind die Sachen so groß verpackt, da verzichte ich dann darauf, weil es so viel Mist macht.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Fernreisen interessieren mich sowieso nicht, dazu bin ich schon zu alt. Auto habe ich keines, da bin ich immer auf die Nachbarn angewiesen, die mich alle paar Wochen zum Einkaufen in die Stadt mitnehmen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Radfahren und Gartenarbeit. Dafür nehme ich mir Zeit und was anderes brauche ich nicht.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Teilweise. Also ich halte mich streng daran, aber teilweise sieht man, dass etwas verheizt wird, zB die Milchpackungen, oder es liegt die Alufolie herum, das gibt es schon auch. Es hält sich halt nicht jeder daran.

Wer hält sich eher weniger daran?

Das ist so die Generation 40-50, obwohl sie eigene Kinder haben. Hier in der unmittelbaren Nachbarschaft funktioniert das ganz schön. Die trauen sich gar nicht, denn die Müllabfuhr kann nachschauen und Stichproben machen. Die können dir das stehen lassen.

Ich bedanke mich für das Interview!

Transkript # 28

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	72
Geschlecht	M
Beruf	Landwirt (Pension)
Haushaltsgröße	3
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Land
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Über € 3.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Ich fühle mich ganz gut, oder? Ich habe da eher ein gutes Gefühl.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Dass ich wieder viel Geld ausgeben muss (lacht). Wir fahren zweimal pro Woche, also immer am Wochenanfang und vor dem Wochenende, mit dem Auto nach Hollabrunn *(Anmerkung: die nächstgelegene größere Stadt)* Einkaufen. Dort fahren wir dann zum Interspar und meistens auch zum Hofer und kaufen für die nächsten drei bis vier Tage ein. Natürlich schreiben wir uns da immer auf einen Zettel, was wir brauchen, denn merken können wir uns das nicht (lacht).

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Einkaufen ist angenehm für mich. Meine Frau und ich treffen beim Einkaufen immer wieder Leute, die wir kennen und dann bleibt man halt auf ein paar Minuten zum Tratschen stehen. Wir nehmen uns Zeit für unseren Einkauf. Meistens ist es so, dass wir uns aufteilen und jeder erledigt dann einen Teil des Einkaufes. Meine Frau ist eher für die Milch, das Gemüse und das Brot zuständig, während ich mich mehr um die Getränke, die Wurst und die Süßigkeiten kümmere. An der Kassa treffen wir uns dann wieder. Das einzige was mich stört ist, dass manchmal zu viele Leute an der Kassa stehen und man zu lange warten muss, bis man dran kommt.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Das ist genügend. Da bin ich zufrieden.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Es ist sehr groß. Wir fahren meistens zum Interspar und dort ist das Angebot riesig. Da herrschen amerikanische Verhältnisse und das muss nicht unbedingt sein.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)

Es gibt sicher genug. Bei Joghurt gibt es ausreichend genug. Da gibt es ja so viele Marken, dass einem schwindelig wird. Es gibt ja allgemein schon sehr viel, nicht?

Gibt es Produkte, bei denen Sie sich eine größere Auswahl wünschen würden?

Nein. Es gibt überall genug. Ich bin wunschlos glücklich.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Da habe ich schon den Überblick. Als Pensionist habe ich viel Zeit zum Einkaufen. Dadurch finde ich mich gut zurecht. Wie sagt man so schön, „Übung macht den Meister“ (lacht)!

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Ich schaue mir das schon an, aber… ich könnte das jetzt nicht sagen. Da stehen so viele Sachen drauf, … da steht sogar mehr drauf, als ich eigentlich wissen will. Die ganzen Verstärker und was da alles drinnen ist… Man will ja gar nicht wissen, was da alles drinnen ist, da vergeht es einem ja!

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Probleme? Nein. Man weiß ja nie so genau, ob das auch wirklich stimmt, was da drauf steht. Deswegen lese ich mir das gar nicht so genau durch.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Dass besser kontrolliert wird, ob die Angaben auch stimmen. Ansonsten habe ich keine Wünsche, nein. *(Anmerkung: Beschwerde, bezüglich schwer lesbarer Ausschilderung des spezifischen Preises, siehe Punkt 9)*

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	1
Ablaufdatum	3
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	2
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	2
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	1

Wichtige Anmerkungen: Auf den Grundpreis schaue ich schon. Da glaubt man oft, das ist billig, dabei ist es eh teuer. Ich kaufe mir keine Weintrauben aus Chile oder von sonst wo, wenn es die von hier auch gibt.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Ich glaube schon, also ich schaue da schon drauf. Beim Fleisch schaue ich schon, ob das AMA drauf ist, weil da weiß ich dann, dass es österreichische Qualität ist. Es kommt ja oft vor, dass ein Schwein oder Rind aus Frankreich oder sonst woher kommt, dann in Österreich verarbeitet wird und dann steht da „Qualität aus Österreich“ drauf. Das ist ja wohl ein Witz!

Achten die anderen Leute auch auf Gütezeichen, oder eher nicht?

Ich glaube schon.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Ja, das AMA auf jeden Fall. Auf das „Bio“ schaue ich nicht, denn ich weiß wie Bio produziert wird und wie wir es produzieren. Das Wort „Bio“ hat wenig Aussagekraft.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Das AMA beim Fleisch. Auf andere schaue ich nicht.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Lästig ist das nicht, man muss es halt machen. Es kommt nicht so oft vor.

Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Wir haben ja Zeit, jetzt wo unser Sohn die Landwirtschaft übernommen hat. Wir sind immer froh, wenn wir unter die Leute kommen.

Wenn Sie nun den Einkauf in einem Bekleidungsgeschäft im Vergleich zum Einkauf in einem Elektronikladen hernehmen, was ist da angenehmer und was empfinden Sie vielmehr als lästig?

Sowas kommt selten vor. Wenn wir in solche Geschäfte gehen, dann auch immer mit der Absicht, etwas Bestimmtes zu kaufen. Bei technischen Sachen kenne ich mich nicht so aus, da ist dann immer unser Sohn dabei. Beim Gewandkauf geht mir das viele Anprobieren manchmal auf die Nerven.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	3
Preis	3
Leistung (technische Daten)	1
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	2
Garantiedauer	3
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	3

Wichtige Anmerkungen: Leistung ist mir sehr wichtig, auch wenn ich mich da nicht so genau auskenne. Wir haben nur aufs Bild geschaut, als wir nach einem Fernseher gesucht haben.

2.1 Kaufentscheidung und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Wir haben schon länger keine größere Anschaffung mehr gehabt, da muss ich nachdenken. Einen Traktor haben wir gekauft, vor drei Jahren. Der Fernseher ist ein bissl älter. Ja, nehmen wir den Traktor. Das ist ein Fendt.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Beim Händler. Der hat uns beraten. Wir haben uns die technischen Daten angeschaut.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

So ist es.

Weswegen wollten Sie das Produkt überhaupt haben?

Na wir haben ihn für die Landwirtschaft gebraucht. Für den alten Traktor haben wir das Pickerl nicht mehr bekommen.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Da war dann natürlich der Preis ausschlaggebend. Natürlich auch die Qualität. Die technischen Daten mussten passen.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

(lacht). Das spielt‘s bei uns nicht!

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben (vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche)?

Sagen wir ein Jahr.

Und wie lange hat es gedauert bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben (vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf)?

Vielleicht zwei Monate. Da war dann eine Aktion, da gab es den Traktor um 30% billiger, der Händler hat uns informiert und da haben wir spontan zugeschlagen. Die Serie lief aus.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Eigentlich nicht. Das war ja nicht mein erster Traktor.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja, das ist sehr wichtig.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Es geht, ja. Die war sehr detailliert bei dem Traktor. Ich bin zufrieden,… ja zufrieden. Verbesserungsvorschläge habe ich da keine, nein.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Ich persönlich nicht. Mein Sohn macht das. Wenn wir irgendwas Spezielles brauchen sollten, dann schaut er für uns nach.

Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden? (fehlende Datensicherheit, mangelhafte Rechtsdurchsetzung, technische Barrieren,…)

Mich interessiert das nicht, ich mache nichts im Internet. Meinen Jahrgang interessiert sowas nicht so stark (lacht). Wir haben einen Computer im Haus und mein Sohn hat mir schon ein paarmal was bestellt.

Gab es schon Probleme mit unseriösen Anbietern (Stichwort: Spam, Cold Call, Gewinnspiele, Missbrauch von Kontaktinformationen, …)?

Da müssten Sie meinen Sohn fragen, ich weiß von nichts. Ich habe nicht gehört, dass es da grobe Schwierigkeiten gegeben hätte.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Naja… Vorteil… man kann Preise vergleichen, man kriegt leicht was *(Anmerkung: gemeint sind hier vermutlich die Verfügbarkeit der Waren und die umfassende Auswahlmöglichkeit).* Nur muss man aufpassen mit dem ganzen Internet, mit der Bezahlung, wegen Betrug und den ganzen Sachen, nicht? Da kann man schon einfahren, wenn man nicht aufpasst.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Ich glaube hier müsste man schon „Gut“ sagen, oder „eher zufrieden“.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Wir haben da einen Nachbarn, der meckert manchmal herum… aber der ist eh die ganze Zeit nur am Herummeckern. Es ist schon möglich, dass der nicht zufrieden ist. Das, was wir uns kaufen, hält meistens sehr lange… wir haben das sogar viel zu lange. Auch wenn es keiner mehr benutzt, steht das halt eine Weile herum.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	2	2
Bekleidung	2	3
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	15	20
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	3	5
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	10	15
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	15
Computer	3	4
Mobiltelefone	2	3
Pkw	12	15

Wichtige Anmerkungen: Bei den Schuhen müsste man stark differenzieren. Ich habe Arbeitsschuhe, die halten nur ein Jahr, dann habe ich aber auch Sonntagsschuhe, die über fünf Jahre alt sind. Viel länger als zwei Jahre brauchen Schuhe gar nicht halten, weil dann sind sie eh „abgehatscht“ *(Übersetzung: „abgenutzt“).* Wir haben das Gewand sowieso sehr viel länger. Sicher länger als die meisten anderen. Bekleidung braucht eigentlich eh nicht so lange halten, die hat man eh schnell satt. Ein Computer hält länger, als man ihn gebrauchen kann. Wenn ich sage, der müsste fünf Jahre halten, dann müsste man ja lachen, weil in der Zeit ist der ja längst wieder zum Vergessen. Beim Handy ist es ja eh genau das gleiche. Ein Auto hält eh lange, aber dann ist es irgendwann verrostet.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Langlebigkeit wirklich <u>zufrieden</u>, bzw. vollkommen <u>unzufrieden</u> waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Sagen wir, unser Kühlschrank, der hält schon seit dem 76er Jahr, also 35 Jahre. Die Marke weiß ich jetzt gar nicht. Einen Elektromotor haben wir noch, der ist sogar älter als ich. Ein alter Siemens Motor für die Dreschmaschine. Unser ältester Traktor, ein Ferguson, der wird sogar 40 Jahre alt.

Mit welchem Produkt waren Sie sehr unzufrieden?

Unzufrieden war ich mit unserem letzten Farbfernseher, den wir im Schlafzimmer stehen hatten. Das war so eine japanische Marke, mir fällt der Name gerade nicht ein. Der ist uns nach fünf Jahren schon eingegangen. Aber ansonsten haben unsere Fernseher immer lange gehalten.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden, oder ist das eh nicht erforderlich?

Ja, da bin ich auf jeden Fall dafür. Gerade bei unseren Landmaschinen tut sich unser Mechaniker immer schwerer bei der Reparatur, weil die ganze Technik immer komplizierter wird. Bei unserem Mercedes kann er wegen der komplizierten Elektronik gar nichts mehr machen, da müssen wir dann zum Service ins nächstgelegene Mercedes Werk fahren. Beim Auto reden wir schon lange, dass wir es demnächst mal verkaufen, aber solange es noch anständig läuft, fahren wir noch weiter damit, obwohl es eh schon wieder 14 Jahre alt ist. Man redet halt nur darüber, sich ein Neues zu kaufen. Mit den Schuhen gehen wir so lange, bis wir sagen es geht nicht mehr. Alles andere wäre eine unnötige Verschwendung von Ressourcen. Wir haben einen Komposthaufen draußen am Feld, da sind oft Lebensmittel drinnen, die weggeworfen werden. Die Leute kaufen so viel ein und dann werfen sie es weg, weil es schlecht wird. Oft ist es noch essbar und es wird trotzdem weggeworfen. Wir haben vorher über die Schuhe und das Gewand geredet, die verwenden wir so lange es geht. Solange das hält, so lange wird das von uns verwendet. Vielleicht zu lange (lacht).

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Na die machen das absichtlich so, dass man diese Sachen schwerer reparieren kann. Die wollen, dass du zu ihnen kommst und für die Reparatur bezahlst. Oder im schlimmsten Fall, dass du das Gerät weghaust und dir gleich ein neues kaufst. Das sind richtige Schlitzohren!

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Konsumentenschutz… Dass wir gesunde Ware einkaufen. Nämlich, dass sie es ab und zu überprüfen und untersuchen. Ich denke mir, die schauen dann darauf, ob mit der Ware eh alles passt. Also ob bestimmte Kriterien eingehalten werden und so weiter.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Die Arbeiterkammer unter anderem. Die AGES vielleicht, also dass man sich dorthin auch wenden könnte? Also die AGES, wie heißt die… Agentur für Ernährung… oder so irgendwie *(Anmerkung: Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH).*

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Ich bin da sehr lebensmittelbezogen, also dass nichts verdorben ist. Die Preise… schauen die auf die Preise auch? Produkthaftung gehört sicher auch zum Konsumentenschutz.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note 2 bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	2
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	5
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	3
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	4
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	3
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Urlaub und Reisen, da habe ich noch keine Schwierigkeiten gehabt, aber wichtig ist es schon. Internet ist für mich nicht wichtig, weil ich da nichts mache. Haustürgeschäfte, die gehören verboten. Da kommt ein Haufen Leute, die man davonjagen muss!

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ich persönlich nicht. Höchstens, dass ich mal eine Fernsehsendung darüber gesehen habe, das kann sein. Ich schaue mir gerne solche Informationssendungen im Fernsehen an, aber dass ich wo angerufen hätte oder so, nein das nicht.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

So mittel. Es könnte besser sein.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Sagen wir ja, es ist sicher nicht schlecht. Sollen sie das halt lernen. Da lernen sie wenigstens etwas, dass sie brauchen können. Ich weiß nicht, ab welchem Alter das am sinnvollsten wäre.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Da wird sofort beim Fernsehen weggedreht, da schalten wir weg. So wichtig ist mir das nicht.

Fühlen Sie sich ansonsten belästigt oder informiert?

Fast schon belästigt. Man wird überschwemmt mit Werbung. Im Briefkasten ist immer so viel Werbung dabei, das sind ja „Berge“, die wir jedes Jahr an Papier wegwerfen. Das schaut man sich meistens eh nicht an. Hin und wieder ist vielleicht bei der Werbung etwas dabei, das einen interessiert, aber wer nimmt sich schon die Zeit dafür, das herauszusuchen. Es ist einfach zu viel, da fühle ich mich schon belästigt. Auf Plakaten und in Zeitungen ist es mir genauso lästig.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Das glaube ich schon, ja. Das glaube ich schon.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen wegen der Werbung gekauft hat?

Das kann man jetzt nicht sagen, ob jemand etwas gekauft hat, nur weil er das aus der Werbung kennt. Das kann ich nicht beantworten.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Wenn man es recht oft wiederholt und recht einem einredet, dann sagt man „dann probiere ich das vielleicht auch“. Vielleicht Ungebildete früher, die lassen sich das früher einreden. Eher die Frauen vielleicht, könnte ich mir vorstellen.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Ja, die werden schon auch beeinflusst, glaube ich. Eher noch als die Erwachsenen. Da müsste halt jeder so stark sein und der Werbung widerstehen. Ohne Werbung existiert ja nichts mehr, oder? Der Staat lebt ja von der Werbung. Man kann fast nichts dagegen machen, würde ich sagen. Die Verantwortung liegt immer auch bei den Eltern. Man muss den Kindern klar machen, dass sie nicht alles haben können.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Nachbarn haben wir nicht mehr viele, die meisten Häuser hier sind bereits leer stehend. Mit unserem anderen Nachbarn haben wir nicht viel zu tun. Aber ansonsten gibt es hier im Ort schon auch Leute, die einem helfen. Von der Familie her gäbe es die Schwiegertochter, die einem aushelfen kann. Da

hilft man sich halt gegenseitig. Das ist nicht immer selbstverständlich heutzutage. Jeder ist heute vielmehr ein Egoist und auf sich bezogen. In der heutigen Konsumwelt ist das halt ein bissl schlechter. Jedem geht es eigentlich eh gut, aber jeder will noch mehr haben. Die Gier ist nicht gut für die Menschen.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Nicht oft, ganz selten.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Gute Freundschaft, oder was soll ich da jetzt sagen? Gute Beziehungen und so, das wäre halt gut, wenn das überall funktioniert. Wichtig ist, dass es keinen Streit gibt. Die Leute müssen gut miteinander auskommen.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Früher ist man mehr zusammengegangen und hat mehr kommuniziert miteinander. In der heutigen hektischen Welt hat ja fast keiner Zeit dafür. Mehr weiß ich auch nicht.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein.

Ja… ganz gut.

Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Die können zufrieden sein. Die werden schon zufrieden sein. Ich glaube es zumindest.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Ich bin sehr zufrieden. Sehr zufrieden.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

… nein, da gibt es nichts.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Da kenne ich schon jemanden. Der verdient schön, gibt aber noch mehr aus. Das wäre der Nachbar gegenüber, der ist Lokführer und hat dauernd Probleme mit der Bezahlung, weil er alles Mögliche kauft.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Der bekommt jede Woche so ein Packerl mit der Post, das er aus dem Internet bestellt hat. Der hält sich da nicht zurück.

Weshalb glauben Sie ist das so?

(lacht). Das wüsste ich auch gerne. Warum kann der Raucher nicht zum Rauchen aufhören? Das ist halt die Sucht, die dahinter steckt. Es gibt schon Leute, die müssen etwas haben, nur weil der oder die das auch hat. Zum Beispiel in der Landwirtschaft, da kauft sich jemand einen größeren Mähdrescher, nur weil der andere sich auch einen gekauft hat. Oh ja, das gibt es schon auch, der Druck ist teilweise vorhanden, aber eher weniger denke ich. Also ich halte da nichts davon. Es kommt schon vor, dass sich die Leute dann noch ein größeres Auto kaufen, oder noch einen größeren Geländewagen oder noch einen größeren Traktor. Da kenne ich noch jemanden, der hat erfahren, dass sein Mähdrescher gar nicht größer ist als… (lacht), nein, das kann ich gar nicht erzählen.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Nein, ich nicht. Eigentlich nicht. Wir nutzen das nicht. Ich persönlich nicht. Ich brauche keine Zusatzdinger. Einen Rekorder zum Aufnehmen – oder was es da alles gibt – brauche ich nicht. Wir haben eh so viele Programme, das kann man sich sowieso nicht alles ansehen.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein. Nein, wenn wir zum ortsansässigen Mechaniker fahren, dann waren wir immer zufrieden. Ansonsten haben wir nichts reparieren lassen. Auch sonst fällt mir nichts ein, wo wir einen Grund gehabt hätten uns zu beschweren.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Der kleine Preis bei den Kilopreisen, das haben sie eh teilweise vergrößert. Das war ja ein Wahnsinn früher, wie klein das angeschrieben war. Beim Schokolade mitunter, wo der kleine oft mehr kostet als der größere, nur das sieht man auf den ersten Blick nicht. Das gehört groß und deutlich angeschrieben, sodass es jeder gut lesen kann.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation?

Mir gefällt es hier sehr gut. Wir leben schon unser ganzes Leben hier.

Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	1
Nachbarn	3
Verkehrsanbindung	2
Lärm	1

Wichtige Anmerkungen: Die Verkehrsanbindung ist der öffentliche Verkehr? Also wir haben gute Straßen hier, das ist wichtig, weil wir hier nur mit dem Auto über weitere Strecken fahren können. Den öffentlichen Verkehr kann man hier vergessen.

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

Seit Geburt (lacht).

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein. Wir bleiben bis zum bitteren Ende hier (lacht).

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Hier im Ort bekommen wir sowieso nichts mehr. Hier gibt es einen Mechaniker und das war’s dann. Wir haben aber in Hollabrunn eh alles was wir brauchen, dort kommen wir aber nur mit dem Auto hin. Ohne Auto ginge da gar nichts. Fahrende Händler sind keine Option, weil man die immer abfangen müsste. Da fahren wir lieber in die Bezirkshauptstadt zweimal in der Woche, solange wir das Auto haben.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Einen Euro haben wir, das hat sich 100%ig geändert (lacht). Der Schilling ist weg. Wir haben eine gemeinsame Agrarpolitik. Reisen können wir innerhalb der EU.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Positiv ist einmal, dass die Grenzen weg sind. Das kann man aber nehmen wie man will. Eingebrochen haben sie bei uns aber noch nicht. Im Grunde ist es aber sicher positiv. Uns kommt noch die gemeinsame Agrarpolitik zugute. Die Preise sind zwar gefallen, aber wir bekommen ja von der EU Ausgleichszahlungen. Wenn wir einmal eine schlechtere Ernte haben, dann hätten wir ja weniger Einnahmen und das ist für uns als Landwirte sicher nicht schlecht. Andere schimpfen natürlich darüber.

Können Sie auch noch ein paar Nachteile nennen?

Gravierende Nachteile fallen mir gerade keine ein. Ich habe zwar das mit den offenen Grenzen gesagt, aber wenn ich jetzt sagen würde, dass das ein Nachteil wäre, dann wäre das doch ein Widerspruch, oder? (lacht) Nein, eigentlich nicht.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Das wird sich alles mit der Zeit ergeben. Das hoffe ich. Das glaube ich sogar. Ja, ich glaube das und hoffe das vielmehr. Wenn der Euro zusammenbricht, dann schaut es schlecht aus. Dann ist die EU wirklich aus.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Meine Erfahrungen sind, dass ich immer umrechne, weil ich schon so alt bin (lacht). Ich rechne immer um, wenn ich mir etwas kaufe. Wenn ich mir um zig Tausend etwas kaufe, rechne ich immer in Schilling um. Im Supermarkt weniger, da wissen wir ja schon längst, dass 70 Cent 10 Schilling sind, usw. Man hat das halt im Hinterkopf, das kann man schwer ablegen.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ja, das geht schon. Da habe ich keine Probleme.

Haben Sie das Gefühl, dass durch den Euro das Leben teurer geworden ist?

Teurer wird ja eh jährlich alles. Aber ob das durch den Euro ist… Die Preise in der Landwirtschaft sind ja teilweise verfallen und jetzt sind die Rohstoffpreise wieder so in der Höhe. Inflation gab es ja immer schon. Dass ich sagen würde, dass durch den Euro alles teurer geworden ist… Nein.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Wenn du ins Gasthaus gehst, dann merkst du es am besten. Alles was einmal zehn Schilling war, ist ein Euro geworden und was hundert Schilling waren, sind nun zehn Euro geworden. Das ist schon stark gestiegen alles.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Das habe ich jetzt erst gelesen, dass der Computer immer billiger wird. Die ganze Technik halt. Ob das am Euro liegt… ich glaube, das ist durch die Produktion, dass das laufend billiger wird.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Beim Autofahren kann man viel beitragen. Wenn man sparsamer fährt. Wir spritzen viel weniger Pestizide am Feld. Was kann man da noch beitragen? Keine Autos kaufen mit viel Verbrauch. So wie sie in der Stadt mit ihren SUV fahren, das ist doch nicht notwendig. Wenn sie die Plastiksackerl wirklich einmal abschaffen würden, da hätte ich nichts dagegen. Ich bräuchte die nicht. Die brauchen ja ewig, um zu verrotten. Was tragen wir dazu bei? Die Mülltrennung, da schauen wir schon drauf. Wir hatten mal einen im Dorf, der hat immer die Glasflaschen aus den Containern gezogen und hat die wiederverwertet. Wirklich, das hat es gegeben. Der hat in diese Flascherl seinen Schnapps eingefüllt. Den hat er uns dann gebracht und wir haben ihn wieder ausgeleert (lacht). Sowas sind Ausnahmen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Zum Teil sicher. Da geht es halt wieder ums Konkrete, oder? Aber prinzipiell sicher, sicher. Beim Gemüse sage ich „ich brauche jetzt nichts, was es hier bei uns in der Saison noch nicht gibt“. Ich brauche nicht die Erdbeeren aus Spanien, die schmecken sowieso wie Futterrüben. Das kaufe ich prinzipiell nicht.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

(lacht) Fernreisen habe ich noch nicht so übertrieben viele gemacht. Derjenige, der das machen will, wird ja nicht darauf verzichten, das ist ja das Dilemma, nicht? Unser Auto ist nicht sehr spritsparend, aber wenn wir uns ein neues Auto kaufen, werden wir sicher darauf achten.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Auf das Auto kannst du am Lande nicht verzichten, das ist sowieso unverzichtbar. Man kann sich aber ein Auto mit niedrigem Verbrauch zulegen, das kann man schon machen.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Ja. Mein Hobby ist Rad fahren. *(Anmerkung: Befragter erzählt begeistert von seiner letzten Radtour).* Schifahren tun wir jährlich, da müssen wir dann ein bisschen weiter fahren, um zu den Bergen zu kommen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Die Mülltrennung? Oh ja, die wird schon ernst genommen. Wir haben da Glascontainer und den gelben Sack und so weiter. Die Leute halten sich da schon dran im Ort, also ich wüsste nicht, dass da viel passiert. Bei den Containern, dass da ein Sauhaufen entsteht, das kommt nicht vor eigentlich. Die Container werden auch immer rechtzeitig abgeholt. Wir haben da noch unseren Komposthaufen für den Biomüll. Das funktioniert alles ganz gut hier bei uns.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 29

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	79
Geschlecht	M
Beruf	Oberkellner (Pension)
Haushaltsgröße	1
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Großstadt
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Unter € 1.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule mit anschließender Lehre

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Es kommt darauf an, wo man einkauft. Ich muss einkaufen, ich brauche was, also muss ich einkaufen gehen. Das ist zum Teil lästig, weil es so lange dauert.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Dass ich die Einkäufe tragen muss. Leider wohne ich im dritten Stock und wir haben keinen Lift im Haus. Woran ich denke ist, was ich ungefähr brauchen werde. Ich habe da eine Liste, nach der ich einkaufen gehe. Ich gehe fast täglich einkaufen, damit ich nicht so viel auf einmal schleppen muss.

Was ist dabei angenehm für Sie?

Wenn’s günstige Preise gibt und wenn’s günstig zum Einkaufen ist. Dass man Verschiedenes sieht oder dass man wen trifft. Man wird aufmerksam gemacht, dass das günstig ist.

Und was empfinden Sie als eher störend und lästig?

Wenn es zu lange dauert, dann ärgere ich mich. Wenn die Damen zulange aussuchen und das dreimal anschauen. Ich gehe rein, „das brauche ich, das nehme ich“ und fertig. Die Wartezeiten an der Kassa und so. Wenn ich an der Kassa lange warten muss. Wenn da Trödler sind, die Kleingeld suchen, das stört mich irgendwie. Oder unhöfliches Personal.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Ja schon.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Gerade recht, muss ich sagen. Das genügt, was am Markt ist.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)

Bei den Getränken gibt es zu viel Auswahl. Beim Alkohol komme ich mit weniger Marken auch aus. Bier ist natürlich schon wichtig. Auch bei den Nicht-Alkoholischen gibt es auch zu viel. Bei den Fruchtsäften wird viel gepanscht. Sonst ist das eh gut so. Es könnte den Jahreszeiten besser angepasst sein. Ich muss im Winter keine Erdbeeren kaufen. Was bei uns zu der Zeit wächst, soll vermehrt angeboten werden.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Na da behalte ich den Überblick. Da finde ich mich noch zurecht, das geht noch.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Da fehlt schon einiges. Die Inhaltsstoffe sind mir zu ungenau. Ich hätte gerne, dass… wenn steht „Österreichische Qualität“, dass es wirklich österreichisch ist. Da hört man, dass es aus Österreich kommt, dabei ist es aus dem Ausland.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Die kleine Schrift, die kann man nicht lesen. Für mich ist es zu klein angeschrieben. Da brauchst du manchmal eine Lupe, damit man das lesen kann. Das Kleingedruckte, was drinnen ist und so, dass ist für meine Begriffe viel zu klein angeschrieben.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Größer angeschrieben und schön genau alles. Die Inhaltsangaben sollten genauer und größer angeschrieben werden. Wenn drauf steht „Österreich“, dass wirklich alles aus Österreich kommt. Tiroler Speck aus Italien wird bei uns verarbeitet und dann schreiben sie drauf, dass er aus unserem Land kommt. Das ist kein österreichischer Speck in meinen Augen.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	3
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	1
Herkunftsland	3
Hersteller/Produzent	2
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	2

Wichtige Anmerkungen: Auf den Grundpreis schaue ich nur bei ganz bestimmten Sachen. Beim Rasierschaum und bei der Zahnpaste zB, aber ansonsten nicht.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Die schauen eher weniger darauf. Die greifen hin, egal was da drauf steht.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Da fällt mir keines ein. Das AMA-Gütesiegel vielleicht. Bei den Fischen gibt es das Zeichen, dass die Delphine geschützt werden.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Das AMA, da schaue ich hauptsächlich drauf. Wenn ich Fische kaufe, schaue ich darauf, dass die Delphine geschützt sind.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Sagen wir, beim Gewand nehme ich mir mehr Zeit. Das macht auch mehr Spaß. Da nehme ich mir mehr Zeit dafür. Manchmal kaufe ich mir gar nichts. Da schaue ich, ob ich was finde und wenn nicht, dann gehe ich einfach in nächster Zeit wieder.

Wie sieht das im Vergleich mit elektronischen Produkten aus? Kann man hierbei eher von einem Erlebniseinkauf sprechen, oder möchten Sie den Vorgang so rasch wie möglich hinter sich bringen?

Mehr ein Erlebnis. Bei elektronischen Sachen schaue ich mich gerne um. Da schaue ich mich gerne um, was es Neues gibt und dann gehe ich wieder. Ich bin ja zum Glück noch sehr gut zu Fuß unterwegs und Zeit habe ich auch.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	1
Preis	3
Leistung (technische Daten)	2
Aussehen/Design	2
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	2
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	1

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Der Flachbildfernseher, den ich mir heuer geleistet habe.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Ich bin schauen gegangen, was es so gibt. Mein Junior hat vorher im Internet nachgeschaut.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Auch. Da hat der Junior geholfen.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Der alte Fernseher ist kaputt gegangen.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Nein.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Die Größe war für mich wichtig. Und das Verhältnis von Preis und Leistung, da hat mich der Sohn beraten.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Drei oder vier Tage, mehr nicht.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Ein, zwei Tage.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Das hat der Junior gemacht. Alleine hätte ich das niemals zusammengebracht (lacht).

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Schon, ja. Mein Sohn hat mir aber das Wichtigste schon vorher erklärt gehabt.

Sind Sie mit ihr zurecht gekommen und was hätte man Ihrer Meinung nach besser machen können?

Wenn jemand sich mit der Technik auskennt, kommt er zurecht. Ich als technisches Nicht-Genie muss mir das öfter durchlesen. Mehr Bilder hätte ich gerne gehabt. Ein Bild ist mir lieber, als das Geschriebene, das ich nicht nachvollziehen kann.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Nein, ich habe kein Internet.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Ich halte da nicht viel davon. Da kommen solche Schwierigkeiten heraus manchmal. Die Lieferung könnte nicht klappen, oder bei der Bezahlung ist auch schon vieles passiert. Man hört zwar alles Mögliche, dass man zahlt und die Ware nicht kriegt, aber mein Sohn macht das trotzdem. Er sagt, ich brauche nicht ins Geschäft gehen und schaue mir das daheim in Ruhe an und suche. Betrügereien kommen auch vor, hört man immer wieder. Man kann, glaube ich, es leichter bestellen, wenn man sich damit auskennt. Man braucht nicht ins Geschäft gehen und bekommt es direkt nach Hause geliefert.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

Mittelprächtig. Jeder sagt: „früher war es besser und hat länger gehalten“. Jetzt ist es eher so, dass man bald wieder was Neues braucht.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Naja, schon zu niedrig. Die sollten länger halten. Manches ist ja gleich wieder kaputt.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	1	3
Bekleidung	3	5
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	7	10
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	1	3
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	8	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	9	11
Computer	3	5
Mobiltelefone	5	7
Pkw	3	10

Wichtige Anmerkungen: Die Qualität hält noch, aber die Mode ändert sich schnell. Früher haben die Leute die Möbel ein Leben lang gehabt. Möbel sind sehr bald wieder kaputt. Dann schmeißt man sie eh weg, oder auch nicht. Da kommt eh wieder was Neues *(Anmerkung: betrifft Computer)*. Beim Auto stehe ich an, da gibt es so viele Faktoren, die man berücksichtigen muss. Das sind Vermutungen, ich weiß es echt nicht.

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Meine Eudora Waschmaschine, die habe ich schon 43 Jahre.

Bei welchem Produkt waren sie mit der Lebensdauer völlig unzufrieden?

Die Digitalkamera, eine Rollei. Die hat gar nicht gescheit funktioniert. Da war das Produkt nicht in Ordnung, diese Marke ist nicht gut gewesen.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Ja, leichter reparierbar. Wenn man Kleinigkeiten machen könnte, das wäre ganz gut. Und das die Reparatur billiger wird. So lange es geht und ich zufrieden bin, behalte ich es mir. Heute ist das ja nicht mehr erwünscht, da soll man sich ja alle paar Jahre was Neues kaufen, weil es viel mehr kann.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Es wird immer alles schwieriger mit der Elektronik. Die Technik wird komplizierter und dadurch wird die Reparatur auch schwieriger werden. Beim Auto muss man gleich den ganzen Scheinwerfer ausbauen und solche Sachen.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Wenn ich nicht zufrieden bin. Wenn ich eine Wohnung oder ein Haus kaufe und die Abwicklung funktioniert nicht. Die helfen einem dann. Wenn ich mich irgendwo benachteiligt fühle oder mich beim Kauf nicht richtig behandelt fühle, dass ich Stellen habe, an die ich mich wenden kann.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Auf der Mariahilfer Straße zur Konsumentenberatung. Entweder die Arbeiterkammer oder der Verein für Konsumentenschutz. An die VKI.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Beim Hauskauf. Bei Urlaubsreisen. Bei ungerechtfertigten Rechnungen. Oder, dass das Preis/Leistungsverhältnis nicht stimmt.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note zwei bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	2
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	2
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	2
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	1
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Haustürgeschäfte mag ich überhaupt nicht.

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)?

Fernsehsendung gesehen und auch selbst informiert.

Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Ich war beim Verein für Konsumentenschutz. Persönlich war ich dort. Sehr gute Erfahrungen waren das. Ich wurde beraten und mir wurde weiter geholfen.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Schon, aber bei allem kenne ich mich nicht aus. Sagen wir „gut“. Ich hoffe zumindest.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Ja. Anfangen in der Volksschule. Je früher man anfängt, desto besser ist es. In der Volksschule vielleicht nur wenig, eher dann ab der Unterstufe.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Es ist ein bissl zu viel. Wenn sich die gleiche Werbung fünfmal am Tag wiederholt. Fernsehwerbung geht mir auf die Nerven. Die ist ja gut, aber was zu viel ist, ist zu viel. Ich schaue mir Werbung an und ärgere mich. Es gibt gewisse Werbungen, da kaufe ich das Produkt nicht, weil mir die Werbung auf die Nerven geht. Da wäre zB die vom XXXLutz, wenn ich die Figuren sehe, dann hört der Spaß auf bei mir. Oder früher beim Humanic, die Werbung war so blöd, dass ich mir keine Humanic Sachen gekauft habe. Entweder ich schalte weg oder mache irgendwas anderes. Die Plakate schaue ich mir an, die sind mir nicht lästig, aber meistens registriere ich gar nicht, was da drauf ist. Briefkastenwerbung kriege ich keine. Ich habe ein „Bitte keine Reklame“-Pickerl auf dem Postkastl. Wenn mich was interessiert, dann schaue ich im Geschäft nach.

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Sehr. Die lassen sich schon beeinflussen. Es gibt bestimmt Leute, die darauf ansprechen.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Das passiert, aber ich habe da jetzt kein Beispiel.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Wie soll ich das sagen? Der hat heute im Fernsehen etwas gesehen und will sich das kaufen. Wenn er das braucht. Die Jungen lassen sich da eher was einreden. Die lassen sich durch Plakate usw. vielleicht eher ansprechen. Wenn Werbung blöd ist, erzielt sie auch Wirkung. Die geht einem so auf die Nerven, dass man sie sich genau einprägt.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Die werden stark beeinflusst.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Freunde, Familie oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja. Nachbarn vor allem.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Möglichst wenig, aber von Zeit zu Zeit passiert es halt doch. Wenn ich etwas vergesse, oder wenn ich Werkzeug brauche. Einmal im Jahr kann das passieren. Früher waren die Leute schon hilfsbereiter.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Vertrauen, Verlässlichkeit… Dass sie nette, verträgliche Leute sind. Die nehmen sich weniger Zeit, durch die Berufstätigkeit. Mentalitätsunterschiede, muss man jetzt auch schon sagen. Die Leute kennt man immer weniger. Früher hat es das nicht gegeben, da hat man alle im Haus gekannt. Heute ist das schwieriger. Die Leute suchen weniger den Kontakt zueinander. Die Leute leben aneinander vorbei oder kennen sich gar nicht. Für meine Person kann ich es nicht behaupten. Vielleicht auch der Besitz, da schaut aber die Jugend sicher mehr drauf als die Älteren.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Die Leute achten heute mehr auf Äußerlichkeiten. Auf die Wohnungen, aufs Aussehen, auf Urlaubsreisen. Darauf wird mehr geschaut… der ganze Lebensstil.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Die sind im Großen und Ganzen zufrieden.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Zufrieden.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Nein, ich kann mir meine Wünsche erfüllen. Das liegt daran, dass ich keine großen Wünsche mehr habe.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist? Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Ja, ja, kenne ich auch.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Eine Person kauft Dinge, obwohl sie weiß, dass sie kein Geld hat, da wird halt mit Krediten Geld beschafft. Das andere ist eine Spielsucht. Warum das so ist, weiß ich auch nicht.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Nur das Einfachste und Wesentlichste.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Ja, eigentlich schon. Die Kronen Zeitung.

Worum handelte es sich, was war der Anlass und wie reagierte man auf Ihre Beschwerde?

Ein Zeitungs-Abonnement. Ich habe bestellt, aber es ist nicht zugestellt worden. Ich habe mich beschwert und man ist darauf eingegangen.

Wurde eine Lösung gefunden?

Da wurde schnell eine Lösung gefunden.

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als <u>besonders problematisch</u>!“?

Fällt mir nichts ein.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	2
Wohnumgebung	3
Nachbarn	1
Verkehrsanbindung	2
Lärm	3

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

49 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein, in diesem Leben nicht mehr.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

Wir haben Schuhgeschäfte, Supermärkte, Textilmärkte… momentan ist es ausreichend. Eine gute Bäckerei oder ein Fleischhauer in unmittelbarer Nähe, so wie früher, das wäre super. Im Supermarkt kriegt man ansonsten eh alles.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Dass alles teurer geworden ist und das wir nichts zu reden haben. Wir sind im eigenen Land fernbestimmt.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Das Geld braucht man nicht umwechseln, wenn man eine Reise macht. Keine Grenzkontrollen auf der einen Seite. Man muss halt unterscheiden zwischen West und Ostgrenzen. Die Ostgrenzen waren weniger erfreulich. Die Grenzen haben mich an und für sich auch nicht gestört. Man bekommt alles aus Brüssel vorgeschrieben und das eigene Land kann immer weniger Sachen selbst beschließen. Die Schuldenländer… das sind alles Nachteile, die wir jetzt alle spüren.

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Da habe ich kein gutes Gefühl. Das müssen dann halt unsere Jungen ausbaden. Uns ältere Leute betrifft das dann nicht mehr so stark.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Bringen tut er nix. Ich hätte gerne den Schilling behalten. Die gute Erfahrung ist, dass man in vielen Ländern damit zahlen kann und nicht wechseln braucht. Die andere Erfahrung ist, dass seit der Einführung alles teurer geworden ist.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Ja, das ist kein Problem mehr. Da komme ich zurecht.

Rechnen Sie noch gelegentlich, oder zumindest ab und zu in Schilling um?

Nicht mehr. Seit ein paar Jahren nicht mehr. Bei wirklich hohen Summen schon noch. Die anderen hat man eh ungefähr im Griff. Im Supermarkt ist mir die Herumrechnerei mittlerweile schon zu mühsam geworden.

Sie haben angemerkt, dass seit der Euroeinführung das Leben teurer geworden ist? In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Lebensmittel, da jammern jetzt alle. Bei den Sachen des täglichen Gebrauchs ist es ziemlich gravierend.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Da fällt mir nichts ein. Ich habe nichts bemerkt. Ich kann mich nicht erinnern, dass ich gesagt hätte: „das wäre jetzt billiger“.

Meinen Sie, dass die Verteuerung auf den Euro zurückzuführen ist, oder hat das eher andere Gründe?

Der Euro, glaube ich, ist schuld.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Müll sammeln, Strom nicht unnötig verschwenden. Geräte nicht auf Standby schalten. Solarenergie und erneuerbare Energien verwenden. Öffentliche Verkehrsmittel benützen. Die Umwelt sauber halten auch irgendwie. Keine Atomkraftwerke bauen.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja, würde ich einschränken. Da haben wir wieder das Beispiel mit den Erdbeeren oder Weintrauben im Winter.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Fernreisen mache ich keine. Das ist in dem Alter uninteressant. Fahrzeug habe ich auch keines.

Weshalb verzichten Sie auf ein Fahrzeug?

Weil es teuer ist und hier in der Stadt nicht unbedingt notwendig ist. Rein wegen der Umwelt würde ich nicht verzichten, das hat andere Gründe.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Schnitzen, Spazieren gehen, Schwammerlsuchen.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Mittel. Im Großen und Ganzen ja, aber es gibt immer ein paar Außenseiter, die glauben, sie brauchen das nicht machen. In den Containern sind immer wieder falsche Sachen drinnen.

Vielen Dank für das Interview!

Transkript # 30

Pilotstudie „Konsumenten 2012“

Alter	81
Geschlecht	W
Beruf	Gastwirtin (Pension)
Haushaltsgröße	2
Kinder unter 18 im Haushalt	0
Wohngegend	Land
Monatlich verfügbares Haushaltseinkommen (aller im Haushalt lebenden Einkommensbezieher)	Zwischen € 1.000 und € 2.000
Höchste abgeschlossene schulische Ausbildung	Pflichtschule

1. Einkäufe des täglichen Bedarfs

Wenn Sie Ihre alltäglichen Besorgungen erledigen, bspw. den Einkauf im nächstgelegenen Supermarkt, wie empfinden Sie diesen Einkauf und wie fühlen Sie sich dabei?

Naja, ich fühle mich schon wohl. Man hat ja sonst nicht viel zu tun.

Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie daran denken, dass Sie heute nachmittags oder morgen einkaufen müssen?

Ich fahre einmal pro Woche mit meinem Mann in die nächstgelegene Stadt in drei verschiedene Geschäfte einkaufen. Ich selbst habe keinen Führerschein, ohne meinen Mann wäre ich aufgeschmissen. Wir sind schon sehr vergesslich und müssen uns eine Einkaufsliste schreiben.

Was ist dabei angenehm für Sie und was empfinden Sie als störend und lästig?

Die Bedienung ist freundlich. Beim Einkauf trifft man Bekannte, da bleibt man dann stehen und unterhält sich mit denen. So erfährt man immer wieder neuen Klatsch und Tratsch. Manchmal sind lange Schlangen an der Kassa. Manche suchen solange in der Geldbörse, das hält die ganze Schlange auf. Beim Hofer ist oft eine sehr lange Schlange und an der Kassa geht mir das dann zu schnell, sobald man mal dran kommt.

1.1 Warenangebot

Wie zufrieden sind Sie mit dem Warenangebot im Allgemeinen?

Ich bin schon zufrieden, denn in den Supermärkten gibt es genug Auswahl. Kleine Greißler gibt es leider nicht mehr im Ort. Hin und wieder kaufe ich auch Mehl und Brot bei den Verkäufern, die mit dem Lieferwagen vorbei kommen.

Ist Ihnen die Auswahl zu groß oder zu klein?

Manchmal zu groß. Da weiß man manchmal nicht, was man nehmen soll.

Hätten Sie bei bestimmten Produktgruppen gerne mehr Auswahlmöglichkeiten, oder gibt es vielleicht Produktgruppen, bei denen es deutlich zu viel Auswahl gibt? (zB bei Getränken, Milchprodukten, Hygieneartikeln, Obst und Gemüse, etc.)

Bei den Süßwaren gibt es eindeutig zu viel, da weiß man nicht, was man nehmen soll. Da hat man die Qual der Wahl. Bei Fleisch, Käse und Wurst hast du fast schon zu viel Auswahl. Auch beim Gemüse. Das bauen wir uns entweder selbst an, oder holen es uns direkt von den Landwirten. Überall gibt es ansonsten ausreichend Auswahl.

Fühlen Sie sich manchmal mit der Auswahl an Produkten überfordert, weil Sie diese als zu unübersichtlich empfinden, oder behalten Sie meistens den Überblick?

Manchmal bin ich überfordert… in den großen Supermärkten. Beim Hofer geht es noch, aber beim Interspar fehlt mir ein wenig der Überblick.

1.2 Produktinformation und -kennzeichnung

Wenn Sie an die Kennzeichnung von Lebensmitteln denken, fehlen Ihnen da manchmal Angaben?

Im Geschäft habe ich keine Zeit, mir das durchzulesen. Ich lese mir das manchmal zu Hause mit meiner Lesebrille durch. Im Geschäft schaue ich nur auf die Haltbarkeit. Da muss man genau aufpassen. Manchmal steht etwas im Regal, das schon am nächsten Tag abgelaufen ist.

Kommt es manchmal vor, dass mangelhafte Beschriftungen Probleme bereiten?

Ich vergesse oft meine Brille zu Hause und dann muss ich jemanden bitten, mir die Preise und das Haltbarkeitsdatum vorzulesen.

Was würden Sie sich hier für die Zukunft wünschen?

Die Preise und das Haltbarkeitsdatum sollten größer angeschrieben werden.

Welche Produktinformationen sind Ihnen bei Lebensmitteln besonders wichtig? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Grundpreis (Preis bezogen auf vergleichbare Grundgröße)	5
Ablaufdatum	1
Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe	5
Herkunftsland	1
Hersteller/Produzent	3
Umweltverträglichkeit (zB ökol. Fußabdruck)	4

Wichtige Anmerkungen: Der Grundpreis ist mir zu klein geschrieben, den ignoriere ich. Ich kaufe eh meistens die gleichen Sachen, da brauche ich nicht vergleichen. Die Inhaltsstoffe lese ich mir nicht durch. Mir ist wichtig, dass die Sachen aus Österreich kommen.

1.3 Bedeutung und Kenntnis von Gütezeichen

Achten Konsumenten Ihrer Ansicht nach auf Gütezeichen?

Das weiß ich nicht, aber ich schau schon darauf. Ein paar Leute werden da sicher darauf achten.

Können Sie spontan ein paar Gütezeichen nennen, die Ihnen so in den Sinn kommen?

Mir fällt da jetzt das AMA ein. Und dieses Österreich-Zeichen.

Welche davon sind Ihnen persönlich wichtig?

Auf das AMA schaue ich. Ich kaufe fast nur Produkte aus Österreich.

2. Erfahrungen hinsichtlich größerer Anschaffungen

Nehmen wir zum Vergleich die Anschaffung von Bekleidung (oder anderen größeren Sachen, die über Einkäufe des täglichen Bedarfes hinausgehen) her. Erleben Sie hier das Einkaufen anders?

Das ist nicht angenehm. Bei uns in der Stadt *(Anmerkung: die nächst gelegene Stadt)* gibt es kaum Geschäfte, in denen man etwas Passendes für alte Leute findet. Wir haben nur ein Geschäft, indem es wenig Auswahl gibt. Es ist jedes Mal eine Qual, da etwas zu finden. Außer Gewand kaufe ich nichts ein. Andere Sachen besorgen meine Kinder für uns.

Wie oft gehen Sie im Jahr Gewand einkaufen?

Ich gehe nicht oft Gewand einkaufen. Immer nur dann, wenn es wirklich notwendig ist. Einmal im Jahr höchstens.

Wenn Sie ein teureres Produkt kaufen, zB einen Flachbildfernseher, worauf achten Sie da am meisten? Bitte vergeben Sie Schulnoten für die folgenden Kategorien. (1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig“, 2 bedeutet „ ist für mich wichtig“, 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig“, 5 bedeutet „ist für mich unwichtig“)

Marke	5
Preis	1
Leistung (technische Daten)	4
Aussehen/Design	5
Benutzerfreundlichkeit/Bedienung	1
Garantiedauer	1
Ökologische Aspekte (Energieeffizienz, Entsorgung)	2

Wichtige Anmerkungen: Auf das müssen meine Kinder schauen, ich habe keine Ahnung von der ganzen Technik.

2.1 Kaufentscheidung , Kaufmotiv und Informationsbeschaffung vor dem Kauf

Bitte denken Sie nun an ihre letzte größere Anschaffung (Auto, Computer, Einrichtungsgegenstände, etc.).

Ein gebrauchtes Auto beim Händler.

Inwieweit haben Sie sich da vor dem Kauf informiert (zB Prospekte, Internet, Bekannte, Händler, Zeitschriften,…)?

Wir sind zu unserem Gebrauchtwagenhändler gegangen und haben uns dort umgesehen.

Haben Sie Preisvergleiche durchgeführt?

Bei unserem Händler. Der hat uns ein paar Autos gezeigt, die für uns in Frage kommen.

Weshalb wollten Sie dieses Produkt überhaupt haben?

Weil wir für das alte Auto kein „Pickerl“ mehr bekommen haben.

Haben Sie sich überlegt, sich das Produkt schenken zu lassen?

Vom Händler? Nein. Niemand hätte uns ein Auto geschenkt.

Welche Kriterien waren ausschlaggebend für den Kauf?

Wir wollten ein kleines, viertüriges Auto haben, das nicht zu alt ist und nicht zu viel kostet.

Als Sie sich das Produkt zum ersten mal gewünscht haben, wie viel Zeit ist vergangen, bis Sie sich erstmals darüber informiert haben. Also die vergangene Zeit zwischen dem ersten Wunsch und dann der ersten Informationssuche.

Drei Wochen nachdem wir vom Mechaniker erfahren haben, dass wir kein Pickerl mehr bekommen.

Und wie lange hat es gedauert, bis Sie das Produkt tatsächlich gekauft haben? Die vergangene Zeit zwischen erster Informationssuche und Kauf.

Auch wieder drei oder vier Wochen. Erst haben wir eine Probefahrt gemacht, da war unser Schwiegersohn mit dabei.

2.2 Inbetriebnahme von Geräten und Nutzung von Betriebsanleitungen

Hatten Sie Schwierigkeiten bei der Inbetriebnahme des Produktes? Wie sind Sie damit umgegangen?

Es gab schon Schwierigkeiten. Das Licht hat aufgeleuchtet, weil die Türen nicht gescheit zu waren und solche Sachen. Kleinigkeiten halt. Wir sind nochmal dorthin zurück gefahren, wo wir das Auto gekauft haben und haben nachgefragt.

Haben Sie die Betriebsanleitung gelesen?

Ja, mein Mann hat sich da genauer damit befasst. Ich selbst habe ja keinen Führerschein und kenne mich mit Autos nicht aus.

Erinnern Sie sich noch an die letzte Bedienungsanleitung, die Sie gelesen haben?

Nein, ich lasse mir das lieber von meinen Kindern erklären.

3. Beschaffungen per Internet

Haben Sie schon einmal etwas über das Internet gekauft (Onlineshop, Internet-Auktionshaus,…)?

Nein, woher denn? (lacht).

Aus welchen Gründen haben Sie es bisher vermieden, das Internet zum Einkaufen zu verwenden? (fehlende Datensicherheit, mangelhafte Rechtsdurchsetzung, technische Barrieren,…)

Ich habe ja gar keinen Computer und schon gar kein Internet. Da habe ich kein Bedürfnis dafür.

Worin sehen sie insgesamt die Vor- und Nachteile bei der Abwicklung von sogenannten Online-Bestellungen?

Man geht ein Risiko ein. Ich will die Ware vorher sehen. Ich habe früher ein paarmal etwas aus dem Katalog bestellt, aber mir ist es lieber, wenn ich die Sachen vorher probieren kann. Wenn mir was nicht gepasst hat, musste ich es zurückschicken. Vorteile weiß ich jetzt keine.

4. Haltbarkeit, Lebensdauer, Nutzungsdauer und Reparaturfreundlichkeit von Konsumgütern

Wenn Sie an Ihre Verwandten, Bekannten und Nachbarn denken, wie zufrieden oder unzufrieden sind diese Bekannten ganz allgemein mit der Haltbarkeit und Lebensdauer von Konsumgütern (Bekleidung, technische Geräte, etc.)?

In meinem Bekanntenkreis ist mir nichts bekannt, deswegen gehe ich davon aus, dass die zufrieden sein werden.

Ist die Haltbarkeit der gekauften Produkte deren Ansicht nach im Großen und Ganzen zu niedrig oder passt das ohnedies?

Ich habe da noch nichts Schlechtes gehört.

Wie viele Jahre beträgt die Lebensdauer von einzelnen Produktgruppen Ihrer Einschätzung nach so ungefähr und wie lange sollten diese Produkte eigentlich Ihrer Meinung nach halten? Bitte geben Sie für die einzelnen Produktarten die tatsächliche und die gewünschte Lebensdauer in Jahren an.

Produktart	Tatsächliche Lebensdauer	Gewünschte Lebensdauer
Schuhe	5	5
Bekleidung	10	10
Möbel und diverse Einrichtungsgegenstände	30	30
Kleine Haushaltsgeräte (Handstaubsauger, Mixer, Haarfön etc.)	3	5
Großgeräte (Geschirrspüler, Waschmaschine, Kühlschrank)	10	10
Fernseher, Soundsysteme, Spielkonsolen	10	10
Computer	5	10
Mobiltelefone	4	10
Pkw	10	15

Wichtige Anmerkungen: Bei uns hält eh alles sehr lange. Sonntagskleidung, die schon ein bisschen abgetragen ist, verwende ich dann einfach als Alltagskleidung weiter. Wir haben unsere Möbel schon ewig und werden die auch weiterhin verwenden. Wir haben ja sowas nicht, das kann ich nicht sagen *(Anmerkung: betrifft Computer).*

Können Sie mir jeweils ein Produkt aus Ihrem Haushalt nennen, bei welchem Sie mit der Lebensdauer wirklich zufrieden, bzw. vollkommen unzufrieden waren? (Produkt, Marke und Lebensdauer angeben)

Mit der Waschmaschine von Eudora. Die habe ich 20 Jahre gehabt. Unseren Staubsauger hatten wir nur fünf Jahre lang. Ich glaube, das war ein Siemens. Wir haben den noch am Dachboden stehen, da müsste ich nachschauen.

Wenn ein Produkt „reparaturfreundlich“ ist, dann kann man es meist auch länger verwenden. Halten Sie es für notwendig, dass die Produkte in Zukunft „leichter reparierbar“ werden?

Freilich sollten sie das, aber es darf nicht mehr kosten als ein Neues, sonst zahlt sich das nicht aus. Ich verwende meine Sachen, bis sie kaputt gehen und dann schauen wir, ob wir sie reparieren lassen

können. Wenn sie nicht mehr gehen, werfen wir sie weg oder sie kommen in die Garage oder auf den Dachboden. Man weiß ja nicht, ob die später noch für irgendwas gut sind.

Wie schätzen Sie hier die Entwicklung auf längere Sicht ein?

Es wird schwerer werden. Selbst kann man eh nichts mehr reparieren und wenn man’s zur Reparatur bringt, dann ist das zu teuer.

5. Verbraucherbildung und Bedeutung von Konsumentenschutz

Was verstehen Sie unter dem Begriff „Konsumentenschutz“, was stellen Sie sich darunter vor?

Sicher ist das wichtig. Was kann das sein? Na, dass die Ware geschützt ist,… dass man nicht auf Betrüger hereinfällt. Die Lebensmittel und die Preise werden kontrolliert.

An welche Informations- und Beschwerdestellen kann man sich da im Bedarfsfall wenden?

Da muss ich nachdenken. Wohin kann man sich da wenden... An die Arbeiterkammer vielleicht? Da müsste ich meinen Schwiegersohn fragen, der weiß das sicher.

In welchen Bereichen ist <u>für Sie</u> Konsumentenschutz ganz <u>besonders wichtig</u>? Was fällt Ihnen da ganz spontan ein?

Na Lebensmittel. Sonst brauche ich nicht viel.

Bitte beantworten Sie mittels Schulnoten wie wichtig für Sie Konsumentenschutz in folgenden Bereichen ist. Die Note 1 bedeutet „ist für mich sehr wichtig und unverzichtbar“, Note zwei bedeutet „Ist für mich wichtig“, Note 3 bedeutet „ist für mich teilweise wichtig“, Note 4 bedeutet „ist für mich weniger wichtig, oder „für mich kaum von Bedeutung“, Note 5 bedeutet „unwichtig“ bzw. „für mich nicht von Belang“.

Lebensmittel (Qualität, Inhaltsstoffe, Anwendung Gen-Technologie,…)	1
Medikamente und medizinische Behandlung	1
Urlaub und Reisen	5
Bestell- und Zahlungsvorgänge im Internet und Versandhandel	5
Verträge und Tarife betreffend Internet und Telefon	2
Haustürgeschäfte	5
Wohnung und Grundstücke	5
Versicherungen und Finanzen (zB Kredite)	1
Datenschutz allgemein	1

Wichtige Anmerkungen: Internet habe ich keines und im Katalog bestelle ich schon lange nichts mehr. Diese Haustürvertreter sind echte Gauner, die lassen wir sicher nicht herein!

Haben Sie sich schon einmal über Ihre Rechte als Konsument informiert (Konsumentenberatung, Anruf, E-Mail, Broschüre, Fernsehsendung, Auskunft bei Bekannten,…)? Wie sind Sie dabei vorgegangen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Nicht, dass ich wüsste.

Haben Sie das Gefühl, dass Sie so an sich Ihre Rechte als Konsument gut kennen?

Ich kenne mich da nicht aus, da brauche ich meine Verwandtschaft.

Halten Sie es für wichtig, dass Kinder bereits in der Schule lernen, welche Rechte sie als Konsumenten besitzen und welches Wissen später als Konsument benötigt wird?

Schon, weil wenn man alt ist, dann lernt man es nicht mehr so leicht. Das wird erst für die Kinder in der Oberstufe interessant sein.

6. Wahrnehmung von Werbung

Täglich wird man mit Werbung konfrontiert (Fernseher, Zeitung, Plakate, Briefkasten,…). Wie gehen Sie damit um, was sind Ihre Ansichten dazu?

Ich schaue mir die Prospekte durch und wenn was günstig ist, dann kaufe ich das. Wenn ich zum Beispiel die Butter im Angebot sehe oder man nimmt drei zum Preis von zwei. Im Fernsehen sehe ich neue Artikel, die schaue ich mir im Supermarkt an. Ob ich sie dann auch kaufe, ist eine andere Frage. Man holt sich zumindest Ideen. Plakate fallen mir nicht auf, sowas gibt es bei uns kaum.

Fühlen Sie sich belästigt oder informiert?

Im Fernsehen zeigen sie zu oft immer das gleiche, das kann schon lästig sein. Manche Werbungen werden schon seit Jahren wiederholt, da kann man schon bald mitsingen (lacht).

Denken Sie, dass Werbung die Menschen spürbar beeinflussen kann?

Sagen wir mal „ja“.

Kennen Sie ein Bespiel aus Ihrer Umgebung, wo eine Person Produkte und Dienstleistungen <u>wegen der Werbung</u> gekauft hat?

Das weiß ich jetzt nicht. Hin und wieder sehe ich halt etwas im Fernsehen oder im Prospekt und schaue mir das dann im Supermarkt an. Manchmal kaufe ich es auch. Wie das die anderen machen weiß ich nicht.

Aus welchen Gründen kann Werbung ihre Wirkung erzielen, wer ist empfänglicher als andere?

Da bin ich leider überfragt.

Wer glauben Sie lässt sich eher von der Werbung beeinflussen?

Ich glaube die Jugend. Die Älteren denken da schon ein bisschen weiter. Die älteren Menschen sind sparsamer, als die jüngeren. Die Jungen kaufen sich eher was, wenn sie das in der Werbung sehen.

Was meinen Sie, wie stark können Kinder von Werbung beeinflusst werden?

Die Kinder schon, oh ja. Kindern gehören Grenzen gesetzt. Man kann nicht alles haben, das geht nicht im Leben.

7. Wertorientierung und soziales Kapital

Können Sie sich an Ihre Nachbarn, Familie, Freunde oder Bekannten wenden, falls Sie kleine Hilfen benötigen, bspw. wenn Sie etwas beim Einkauf vergessen haben oder kleine Reparaturen in der Wohnung anstehen?

Ja, kann ich schon. An mindestens zwei, drei kann ich mich wenden. An die Familie sicher, auch an Nachbarn und Freunde.

Wie oft machen Sie von solchen Hilfen Gebrauch?

Wenn es notwendig ist. Wenn einer krank ist. Wenn mein Mann krank ist, dann brauche ich Hilfe von den Verwandten und den Nachbarn. Öfter als zweimal im Jahr kommt das Gott sei Dank eh nicht vor. Mein Sohn hilft ab und zu bei Reparaturen im Haus. Früher war man mehr in einer Wohngemeinschaft zusammen, da war das eher selbstverständlich sich gegenseitig auszuhelfen. Da waren oft mehrere Generationen unter einem Dach. Heute wohnen die Angehörigen viel weiter weg, da ist man schon froh, wenn man sich zumindest an die Nachbarn wenden kann. In der Stadt kennt man seine Nachbarn ja nicht einmal mehr, da weiß man doch nicht, wer unter und über einem wohnt. Bei uns kennt man sich wenigstens noch gegenseitig.

Worauf achten heutzutage die Menschen bei ihren Bekannten, Freunden, Nachbarn und Arbeitskollegen, sprich: worauf legt man besonders viel Wert?

Auf Freundlichkeit, auf Zusammenarbeit. Dass man sich gegenseitig hilft, wenn was ist. Auf Ehrlichkeit. Die Nachbarn sollten nicht Streitsüchtig sein und nicht so viel Lärm machen.

Was hat sich da im Vergleich zu früher geändert?

Eigentlich… nein. Die haben genauso geschaut, dass die Leute anständig sind. Früher hat es halt weniger Kriminalität gegeben. Heute kann man die Eingangstür nicht mehr unversperrt lassen, das geht heute nicht mehr.

8. Konsummöglichkeiten, Konsumdruck, Konsumwünsche und Kaufsucht

Wie schätzen Sie die Konsummöglichkeiten (im Sinne von „finanziellem Spielraum“) Ihrer Bekannten, Verwandten und Nachbarn ein. Sind diese Menschen im Großen und Ganzen zufrieden oder geht denen etwas ab?

Die haben alle genug Geld. Ich weiß von niemandem, dass er in Not wäre.

Wie empfinden Sie Ihre eigenen Konsummöglichkeiten? Sind Sie mit Ihrer persönlichen Situation zufrieden oder geht Ihnen etwas ab?

Mir fehlt nix. Wir haben zwar nicht so viel, brauchen aber auch nicht mehr. In unserem Alter wird man zufriedener.

Haben Sie Konsumwünsche, die Sie sich heute nicht erfüllen können? Worum handelt es sich dabei und aus welchen Gründen hätten Sie das gerne?

Große Wünsche habe ich keine mehr. Hauptsache ich bin gesund. Das ist mir wichtiger als alles andere.

Ist Ihnen jemand bekannt, der ein problematisches Konsumverhalten an den Tag legt, sprich: unverhältnismäßig viel konsumiert, über seine Verhältnisse lebt, übermäßig teure Hobbys hat, oder eine starke Neigung zu Glücksspielen aufweist?

Solche Leute gibt es genügend. Persönlich kenne ich da auch verschiedene Bekanntschaften im Bekanntenkreis.

Was konnten Sie da beobachten, was ist Ihnen aufgefallen?

Ich höre von Leuten, die mehr Geld ausgeben, als sie verdienen. Die sind halt einfach unvernünftig.

9. Spezielle Verbraucherprobleme

Nutzen Sie im Allgemeinen Zusatzfunktionen von Geräten, wenn Sie etwa an einen Fernseher, ein Handy oder an eine Waschmaschine denken?

Nur die normalen Sachen. Wir sind zu alt für die Technik. Unsere Kinder müssen uns das vorher erklären. Ich bin schon froh, wenn ich mich nicht verdrücke.

Haben Sie sich in den letzten zwölf Monaten über eine Service- oder Dienstleistung beschwert?

Nein, das war alles gut bis jetzt. Wir gehen höchstens hin und wieder essen, sonst nichts. Meinem Mann ist das Fleisch zu hart, aber da kann man nichts machen, er hat halt keine Zähne mehr (lacht).

Fallen Ihnen noch wichtige Punkte ein wo Sie als Verbraucher und Konsument sagen würden „das sehe ich persönlich als besonders problematisch!“?

In der Verpackung ist zu viel Luft drinnen. Da gehört mehr Ehrlichkeit her.

10. Wohnsituation

Wie zufrieden sind Sie momentan mit Ihrer Wohnsituation? Bitte vergeben Sie Schulnoten.

Wohnung	1
Wohnumgebung	1
Nachbarn	2
Verkehrsanbindung	4
Lärm	1

Wie lange wohnen Sie schon hier in dieser Wohnung?

So lange, wie unser Sohn alt ist… 59 Jahre.

Haben Sie vor in nächster Zeit umzuziehen?

Nein, wir bleiben daheim.

Haben Sie in Ihrer Wohngegend Probleme mit der Versorgung? Sollte es mehr Einkaufsmöglichkeiten geben als bisher, oder passt das so wie es ist?

In unserem Dorf gibt es überhaupt nichts. Wir müssen mit dem Auto in die Stadt fahren. Zweimal wöchentlich kommt der Bäcker vorbei, aber davon kann man auch nicht leben. Teurer ist der ja auch noch. Viele im Dorf verlassen sich darauf, aber mein Mann kann zum Glück noch Auto fahren. Gott sei Dank! Vor vielen, vielen Jahren hatten wir einen kleinen Greißler, zudem ich öfter hingegangen bin, aber das ist lange her.

11. Haltung gegenüber der EU

Österreich ist seit mehr als fünfzehn Jahren Mitglied der Europäischen Union. Was hat sich in dieser Zeit aus Konsumentensicht geändert?

Für mich hat sich nichts geändert, nur die Währung. Den guten, alten Schilling will ich wieder. Da ist wenigstens was zum Sparen übriggeblieben. Beim Euro bleibt nach dem Einkauf nichts mehr übrig. Da muss man auf Aktionen schauen, sonst kann man sich das Einkaufen nicht mehr leisten.

Was sind die Vor- und Nachteile des EU-Beitritts gewesen?

Es war schlecht, dass sie die Grenzen aufgemacht haben, wegen der Kriminalität. Die wird immer mehr. Die sollen sie wieder zumachen, da wäre die Bevölkerung wieder sicherer. Da kann man wieder beruhigt in den Urlaub fahren. Vielleicht bringt es der Wirtschaft etwas, aber uns Alten bringt es nichts mehr. Die gute alte Glühbirne gibt es nicht mehr und die neue hat so viele Gifte. Das habe ich erst vor kurzem in der Zeitung gelesen. Die neuen Glühbirnen werden eh nicht ordentlich entsorgt, was soll daran umweltfreundlicher sein?

Wie stehen Sie diesen Veränderungen gegenüber und mit welchem Gefühl blicken Sie hier der Zukunft entgegen?

Kein gutes Gefühl. Auf die jüngere Generation wird da noch einiges zukommen.

11.1 Erfahrungen mit dem Euro

Seit knapp zehn Jahren wird in Österreich mit dem Euro bezahlt. Was sind denn Ihre Erfahrungen hinsichtlich des Euro?

Gar nichts halte ich vom Euro, da muss man immer umrechnen. Große und kleine Summen müssen wir immer umrechnen. Die kleinen Summen sind verführerisch, da glaubst du, dass sind eh nur 5 Euro, dabei sind das 70 Schilling. Früher hat man 100 Schilling jemandem gegeben, heute gibt man 10 Euro her, das sind sogar 140 Schilling. Das ist total verführerisch. Da gibt man mehr her und kommt dann nachher drauf, wie viel Geld man da gezahlt hat.

Wie kommen Sie mittlerweile mit den neuen Münzen und Banknoten zurecht?

Jetzt schon. Ich habe getrennte Fächer für die Münzen in meiner Brieftasche.

Sie haben gemeint, dass seit der Euroeinführung das Leben teurer geworden ist.

Ja, ganz sicher sogar.

In welchen Bereichen hat sich die Verteuerung am stärksten bemerkbar gemacht?

Lebensmittel sind stark gestiegen, man bekommt für dasselbe Geld viel weniger in den Einkaufswagen. Alles was man halt so braucht ist teurer geworden.

Gibt es etwas, das billiger geworden ist?

Ich meine, die Elektrosachen sind billiger geworden, aber das weiß ich nicht so genau. Ich brauche das eh nicht.

Meinen Sie, dass die Verteuerung in erster Linie am Euro liegt, oder hat das eher andere Gründe?

Das liegt schon am Euro, meine ich, aber an der Wirtschaft auch.

12. Umweltschutz und nachhaltiger Konsum

Umweltschutz scheint ein immer wichtigeres Thema zu werden. Was meinen Sie was ein Einzelner dazu beitragen kann und sollte?

Einmal den Abfall, den trenne ich genau. Glas, Papier, Dosen – wir haben für Plastik und Aluminium den gelben Sack. Glas und Papier und kommen in den Container. Kompost auf den Komposthaufen. Ich weiß nicht, was man sonst noch machen kann. Wir leben sowieso sparsam und brauchen nicht viel.

Sind Sie bereit, zugunsten des Klimaschutzes – also zB wegen der Erderwärmung oder der Müllmenge – beim Konsum zu sparen, sprich: auf Konsum zu verzichten oder ihn zumindest einzuschränken?

Ja sicher.

Worauf verzichten Sie da zum Beispiel?

Ich kaufe einheimisches Obst und nicht von fremden Ländern.

Verzichten Sie der Umwelt zuliebe zB auf Fernreisen, oder auf die Anschaffung von Fahrzeugen mit hohem Spritverbrauch?

Ich bin in meinem ganzen Leben noch in kein Flugzeug gestiegen (lacht). Da habe ich zu viel Angst davor. Wir haben eh nur ein kleines Auto und fahren damit nur Einkaufen.

Können Sie sich generell vorstellen, auf ein Auto zu verzichten, oder ist es unverzichtbar für Sie?

Na das ist auf jeden Fall unverzichtbar für uns am Land.

Haben Sie Hobbys, die Sie zwar Zeit und unter Umständen auch Geld kosten, die aber die Umwelt kaum oder so gut wie überhaupt nicht belasten?

Mein Haus ist mein Hobby. Meine Blumen und der Garten. Ja, sowas halt.

Werden die Mülltrennung und das Recycling in Ihrer Wohngegend von den Anrainern ernst genommen?

Oh ja. Die tun alle trennen. Ich glaube schon, aber man sieht alles draußen stehen. Das schaut nicht schön aus. Die Leute stellen die Tonnen und Säcke vors Haus, damit sie einmal im Monat abgeholt werden. Es würde jedem gleich auffallen, wenn da nicht ordentlich getrennt wird.

Vielen Dank für das Interview!